

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
DIVISI *MARKETING AND BRANDING* PADA PT KIMIA  
FARMA DIAGNOSTIKA**

**SOHWA RIZKIA RIZAL  
1705617026**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***FIELD PRACTICAL WORK REPORT AT MARKETING AND  
BRANDING DIVISION IN PT KIMIA FARMA DIAGNOSTIKA***

**SOHWA RIZKIA RIZAL  
1705617026**



***This Field Practical Work Report was written to comply one of the requirement  
to get a Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economics of State  
University of Jakarta***

**BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2020**

## LEMBAR EKSEKUTIF

**Sohwa Rizkia Rizal.** Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Divisi *Marketing and Branding* di PT Kimia Farma Diagnostika, Jl. Jalan Majapahit 20 Blok A. No. 1, RT.14/RW.8, Petojo Selatan., Kecamatan Gambir. Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10160. Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama 45 Hari Kerja dari tanggal 07 September 2020 hingga 11 November 2020.

Tujuan Praktik Kerja Lapangan bagi praktikan adalah untuk mengasah kemampuan dan keterampilan praktikan khususnya pada bidang *marketing* dan *branding* yang berguna bagi praktikan ketika memasuki dunia kerja yang sesungguhnya, mengaplikasikan teori yang telah praktikan pelajari serta mendapatkan pengalaman mengenai gambaran dunia kerja yang sesungguhnya. Praktikan diberikan tugas antara lain, membuat *content plan* untuk sosial media, membuat desain konten untuk sosial media, *upload* konten di sosial media, membuat promosi diskon yang berkaitan dengan peringatan hari besar, serta menjadi *customer service*.

Kata kunci: *Content Plan*, Sosial Media, Desain Konten, *Customer Service*, Promosi Diskon, Pemasaran, *Branding*.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

**Sohwa Rizkia Rizal.** *Field Practical Work Report in Marketing and Branding division at PT Kimia Farma Diagnostika, Jl. Jalan Majapahit 20 Blok A. No. 1, RT.14/RW.8, Petojo Selatan., Kecamatan Gambir. Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10160. The Internship has done for 45 work days from 07 September 2020 to 11 November 2020.*

*The purpose of field practical work for practitioner are to develop the ability and skill especially in marketing and branding field which will be used in the real workplace, to apply the theory that has learnt by the intern and add the experience about how the real world of work is. Intern was given tasks, including: making a content plan for the social media, creating design content for social media, uploading content in social media, creating discount which related to big day celebration, and being a customer service.*

*Keyword: Content Plan, Social Media, Content Design, Customer Service, Discount Promotion, Marketing, Branding.*

## LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan Divisi *Marketing and Branding* pada PT Kimia Farma Diagnostika  
Nama Praktikan : Sohwa Rizkia Rizal  
Nomor Praktikan : 1705617026  
Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui,

Dosen Pembimbing  
  
Ika Febrilia, SE, M.M  
NIP. 198702092015042001

Koordinator Program Studi S1  
Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta

  
Dr. Suherman, S.E, M.Si  
NIP. 197311162006041001

Seminar pada tanggal : Senin, 28 Desember 2020

## LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Suherman, S.E., M.Si  
NIP. 19731162006041001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A ..... NIP. 197201252002121002		18 Januari 2021
Penguji Ahli		
Shandy Aditya, BIB, MPBS. .... NIP. 198404082019031003		6 Januari 2021
Dosen Pembimbing		
Ika Febrilia, SE, M.M ..... NIP. 198702092015042001		6 Januari 2021

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur praktikan panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) tepat pada waktunya. Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Laporan ini dibuat berdasarkan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan pada divisi *Marketing and Branding* di PT Kimia Farma Diagnostika, terhitung mulai tanggal 07 September 2020 sampai dengan 11 November 2020.

Selama proses penyusunan laporan ini, praktikan mendapat banyak sekali dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, praktikan ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ika Febrilia, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing Praktik Kerja Lapangan yang telah membimbing praktikan dalam menyelesaikan laporan ini.
4. Imam Susanto, SSi, Apt. selaku Manager *Marketing, Sales and Product Development* PT. Kimia Farma Diagnostika yang telah mengizinkan praktikan untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

5. Anggy Anggraeni W. S.Farm selaku Asisten Manajer dan Ni Putu Katarina selaku *Supervisor Marketing and Branding* PT Kimia Farma Diagnostika yang telah membimbing praktikan.
6. Susilawati dan Syamsurizal selaku keluarga praktikan yang selalu memberikan dukungan dan doa.
7. Seluruh karyawan PT Kimia Farma Diagnostika terutama untuk Divisi *Marketing and Branding* yang telah memberikan arahan selama praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan laporan ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Praktikan menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat praktikan harapkan. Semoga Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 Desember 2020

Praktikan

## DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF .....	i
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i> .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....</b>	<b>4</b>
<b>C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan .....</b>	<b>5</b>
<b>D. Tempat Praktik Kerja Lapangan.....</b>	<b>6</b>
<b>E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN.....</b>	<b>11</b>
<b>A. Sejarah Perusahaan.....</b>	<b>11</b>
<b>B. Visi, Misi Perusahaan dan Nilai-Nilai PT Kimia Farma Diagnostika .....</b>	<b>13</b>
<b>C. Logo PT. Kimia Farma Diagnostika .....</b>	<b>14</b>
<b>D. Struktur Organisasi PT Kimia Farma Diagnostika .....</b>	<b>16</b>
<b>E. Pencapaian Perusahaan .....</b>	<b>22</b>
<b>F. Kegiatan Umum Perusahaan.....</b>	<b>26</b>
<b>BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN .....</b>	<b>45</b>
<b>A. Bidang Kerja .....</b>	<b>45</b>
<b>B. Pelaksanaan Kerja.....</b>	<b>46</b>
<b>C. Kendala yang Dihadapi.....</b>	<b>74</b>
<b>D. Cara Menghadapi Kendala.....</b>	<b>75</b>
<b>BAB IV KESIMPULAN .....</b>	<b>78</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>78</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel I.1	Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan	9
Tabel III.1	Jadwal Upload Konten Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma	46

## DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Sejarah PT Kimia Farma Diagnostika	12
Gambar II.2	Logo AKHLAK, nilai perusahaan baru PT Kimia Farma Diagnostika	14
Gambar II.3	Logo PT Kimia Farma Diagnostika yang baru	15
Gambar II.4	Struktur Organisasi PT Kimia Farma Diagnostika	16
Gambar II.5	Penghargaan <i>The 1st Champion of Indonesia Original Brand 2018</i>	23
Gambar II.6	Sertifikat Akreditasi KALK Laboratorium Klinik Kimia Farma Cikini	24
Gambar II.7	Sertifikat ISO 9001:2015	25
Gambar II.8	Penghargaan WOW Brand 2020 PT Kimia Farma Diagnostika	26
Gambar II.9	Produk Jasa Laboratorium Klinik Kimia Farma PCR COVID-19 (SWAB TEST)	28
Gambar II.10	Produk Jasa Laboratorium Klinik Kimia Farma Paket Pemeriksaan TORCH	28
Gambar II.11	Daftar Harga Layanan Pemeriksaan PT Kimia Farma Diagnostika	29
Gambar II.12	Daftar Harga Layanan Pemeriksaan PT Kimia Farma Diagnostika	30
Gambar II.13	Harga Pemeriksaan Radiologi PT Kimia Farma Diagnostika	30
Gambar II.14	Lokasi Outlet Cabang PT Kimia Farma Diagnostika BM Jaya 1 dan Banten, BM Jaya 2 dan Bodebek, BM Jabar 1 dan BM Jabar 2	31
Gambar II.15	Lokasi Outlet Cabang PT Kimia Farma	32

	Diagnostika BM Jogja dan Jateng, BM Sulmapu, BM Jatim, Bali, Nusa dan BM Sumbagut	
Gambar II.16	Lokasi Outlet Cabang PT Kimia Farma Diagnostika BM Sumbagsel dan BM Kalimantan	32
Gambar II.17	Akun Instagram PT Kimia Farma Diagnostika	35
Gambar II.18	Akun Twitter PT Kimia Farma Diagnostika	35
Gambar II.19	Akun Facebook PT Kimia Farma Diagnostika	36
Gambar II.20	Website PT Kimia Farma Diagnostika	36
Gambar II.21	Flyer Webinar M2BPGi	39
Gambar II.22	Brosur untuk media iklan Laboratorium Klinik	38
Gambar II.23	Karyawan Tim <i>Marketing, Sales and Product Development</i>	41
Gambar III.1	Membuat <i>Timeline Content Plan</i> untuk Sosial Media Laboratorium Klinik KF	51
Gambar III.2	Membuat isi konten dan referensi desain untuk mengembangkan <i>timeline content plan</i>	52
Gambar III.3	Membuat <i>interactive caption</i> untuk mengembangkan <i>timeline content plan</i>	52
Gambar III.4	Alur kegiatan membuat <i>content plan</i> untuk akun Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma	53
Gambar III.5	Desain konten sebelum dan sesudah direvisi oleh Praktikan	57
Gambar III.6	Konten sosial media layanan Lab KF yang di buat oleh praktikan	58
Gambar III.7	Konten sosial media <i>Reminder and Invitation</i> yang di buat oleh praktikan	58
Gambar III.8	Konten sosial media info kesehatan yang di buat oleh praktikan	59
Gambar III.9	Alur kegiatan membuat desain konten untuk sosial media Laboratorium Klinik Kimia	59

	Farma	
Gambar III.10	Memasukkan Kata Sandi dan Email ke akun Instagram Labklinikkimiafarma	61
Gambar III.11	Memasukkan Kata Sandi dan Email ke akun Facebook Laboratorium Klinik Kimia Farma	61
Gambar III.12	Memasukkan Kata Sandi dan Email ke akun Twitter LabklinikKF	62
Gambar III.13	Konten yang telah di <i>upload</i> di Instagram	63
Gambar III.14	Data konten yang telah selesai di <i>upload</i>	63
Gambar III.15	Alur kegiatan <i>upload</i> konten	64
Gambar III.16	<i>Timeline Content</i> yang disertai dengan promosi diskon peringatan hari besar	65
Gambar III.17	Konten promosi diskon Lipid Package dalam rangka peringatan hari stroke sedunia	66
Gambar III.18	Alur kegiatan membuat promosi diskon peringatan hari besar	67
Gambar III.19	Menjawab pertanyaan mengenai lokasi outlet	69
Gambar III.20	Menjawab pertanyaan mengenai pengambilan hasil	69
Gambar III.21	Praktikan berkoordinasi dengan cabang cikini mengenai pengambilan hasil konsumen	70
Gambar III.22	Alur kegiatan menjawab pertanyaan konsumen	70
Gambar III.23	Format form reservasi	71
Gambar III.24	Praktikan mengirim form reservasi ke staf <i>marketing</i> pusat untuk diteruskan ke cabang	72
Gambar III.25	Mengkonfirmasi ke konsumen bahwa reservasi telah dilakukan	72
Gambar III.26	Praktikan menyarankan hari lain ketika jadwal tak Tersedia	73
Gambar III.27	Alur kegiatan melakukam reservasi via twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma	74

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan	83
Lampiran 2	Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan	84
Lampiran 3	Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan	85
Lampiran 4	Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan	86
Lampiran 5	Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan	89
Lampiran 6	Sertifikat Praktik Kerja Lapangan	90
Lampiran 7	Foto Kegiatan praktikan saat Praktik Kerja Lapangan	91
Lampiran 8	Fasilitas Kantor Pusat PT Kimia Farma Diagnostika Majapahit	94
Lampiran 9	Kegiatan Harian Praktik Kerja Lapangan	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan**

Pada era industri 4.0, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat. Hal ini memicu semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Perusahaan merancang berbagai strategi agar bisa mencapai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan para pesaingnya, sehingga mereka bisa menjadi pilihan utama konsumen. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk melakukan satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tidak akan sama oleh pesaing (Kotler & Keller, 2012:289).

Keunggulan kompetitif bisa diraih salah satunya adalah dengan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, kompeten, inovatif, kreatif dan memiliki *skill* yang baik sehingga mampu menjadi aset penting perusahaan dalam meningkatkan daya saingnya.

Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sumber daya manusia memiliki peran yang penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif yang bisa meningkatkan loyalitas konsumen. Sumber daya manusia berperan sebagai produk inti dari sebuah produk jasa, merepresentasikan perusahaan, merepresentasikan sebuah merek, mempengaruhi penjualan hingga menentukan produktifitas sebuah perusahaan (Lovelock & Wirtz, 2011:280).

Sebagai Institusi Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Indonesia, Universitas Negeri Jakarta melakukan sebuah upaya dalam mencetak tenaga ahli yang berkualitas dan profesional di bidangnya masing-masing, baik melalui kemampuan teori maupun melalui pengalaman praktik langsung di dunia kerja yang sesungguhnya melalui kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan program wajib yang dilaksanakan oleh Universitas Negeri Jakarta sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi S1 Manajemen.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan sebuah wadah bagi mahasiswa untuk memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai dunia kerja sekaligus memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori dan praktik yang telah diperoleh sesuai dengan program studi dan kompetensinya masing-masing di dunia kerja yang sesungguhnya. Praktik Kerja Lapangan diharapkan mampu menghasilkan kerjasama antara Universitas Negeri Jakarta dengan perusahaan swasta maupun instansi pemerintahan yang ada.

Praktikan mendapatkan kesempatan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Kimia Farma Diagnostika. PT Kimia Farma Diagnostika adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa kesehatan Laboratorium Klinik. Praktikan ditempatkan pada divisi

*Marketing and Branding*, yang sesuai dengan konsentrasi dan jurusan yang diambil oleh praktikan yaitu, Manajemen Pemasaran.

Praktikan memilih PT Kimia Farma Diagnostika sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan karena PT Kimia Farma Diagnostika adalah salah satu anak perusahaan PT Kimia Farma, perusahaan milik negara pertama yang bergerak di bidang farmasi yang masih bertahan hingga saat ini. PT Kimia Farma Diagnostika sebagai salah satu penyedia jasa Laboratorium Klinik di Indonesia juga telah berhasil mendapatkan beberapa penghargaan. Penghargaan terbaru yang berhasil diperolehnya adalah penghargaan *Gold Champion* untuk kategori *Clinical Laboratory* dalam ajang penghargaan *WOW Brand 2020* mengalahkan pesaingnya Prodia dan Pramita Lab.

PT Kimia Farma Diagnostika saat ini sedang giat untuk melakukan *Brand Activation* melalui *Website, Social Media Activation, Promotion Activation, Marketing Event Activation dan Sponsorship Activation*. *Brand Activation* adalah integrasi yang berkesinambungan dari semua komunikasi yang tersedia dalam platform kreatif untuk mengaktifkan konsumen. Aktivasi berarti menstimulasi minat, uji coba, loyalitas dan alat komunikasi baru berarti memperkenalkan sesuatu setiap tahunnya (Alberts, 2009). Dalam hal ini praktikan tertarik untuk mengetahui bagaimana aktivitas divisi *Marketing and Branding* dalam melaksanakan *Brand Activation* tersebut.

## **B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan**

Adapun maksud dan tujuan dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan praktikan adalah:

### **1. Maksud dari Praktik Kerja Lapangan**

- a. Merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa/i S1 Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- b. Mempelajari bidang kerja dan proses kerja pada divisi Marketing *Branding*, khususnya Marketing dan *Branding* pada perusahaan jasa Laboratorium Klinik.
- c. Memperoleh pengalaman kerja dan pengetahuan baru yang berguna untuk pengembangan diri praktikan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan praktikan yaitu Manajemen Pemasaran.
- d. Memberikan kontribusi terhadap institusi tempat praktikan menjalankan Praktik Kerja Lapangan yaitu, PT Kimia Farma Diagnostika.

### **2. Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan**

- a. Memperoleh wawasan tentang bagaimana membuat *Content Plan* untuk pengoptimalan sosial media.
- b. Memperoleh wawasan tentang bagaimana membuat desain konten yang menarik dan informatif untuk meningkatkan *brand awareness*.
- c. Memperoleh wawasan tentang bagaimana melakukan *upload* konten di sosial media.

- d. Memperoleh wawasan tentang bagaimana membuat promosi diskon berdasarkan perayaan hari-hari besar.
- e. Memperoleh wawasan tentang bagaimana menjadi *customer service* di akun Twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma, yang bertugas menjawab pertanyaan konsumen mengenai layanan, harga, lokasi cabang serta hasil pemeriksaan dan membuat reservasi.
- f. Menemukan kesesuaian antara teori di bidang ilmu manajemen pemasaran yang telah didapatkan diperkuliahan dengan penerapannya di dunia kerja.

### **C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan**

Adapun kegunaan dari Praktik Kerja Lapangan, yang praktikan telah lakukan pada divisi *Marketing and Branding* di PT Kimia Farma Diagnostika, antara lain:

#### **1. Bagi Praktikan**

- a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- b. Menjadi wadah bagi praktikan untuk mengetahui dan merasakan bagaimana dinamika dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Menjadi wadah bagi praktikan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan praktikan khususnya pada bidang pemasaran.
- d. Menambah pengalaman dan relasi praktikan.

## **2. Bagi Universitas Negeri Jakarta**

- a. Terjalannya kerja sama antara Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan PT Kimia Farma Diagnostika.
- b. Menghasilkan sarjana-sarjana yang handal, profesional dan memiliki pengalaman di bidangnya.
- c. Mengetahui sejauh mana kemampuan praktikan dalam menyerap dan mengaplikasikan ilmu yang telah didapat pada kegiatan perkuliahan di lingkungan kampus sebagai bahan evaluasi.

## **3. Bagi PT Kimia Farma Diagnostika**

- a. Terjalannya kerja sama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara pihak fakultas dengan perusahaan.
- b. Menjalin hubungan yang baik antara PT Kimia Farma Diagnostika dengan Universitas Negeri Jakarta dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan di masa yang akan datang.
- c. Membantu beberapa pekerjaan pada divisi *Marketing and Branding* di PT Kimia Farma Diagnostika.

## **D. Tempat Praktik Kerja Lapangan**

### **1. Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

Praktikan berkesempatan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada:

Nama Perusahaan : PT Kimia Farma Diagnostika  
Alamat :Jalan Majapahit 20 Blok A. No. 1,  
RT.14/RW.8, Petojo Selatan., Kecamatan  
Gambir. Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10160  
Telepon : (021) 3454299

Email : [marketingpusat@labkimiafarma.co.id](mailto:marketingpusat@labkimiafarma.co.id)

Website : [labklinikkimiafarma.co.id](http://labklinikkimiafarma.co.id)

## **2. Alasan Memilih PT Kimia Farma Diagnostika**

Alasan praktikan memilih PT Kimia Farma Diagnostika, karena PT Kimia Farma Diagnostika merupakan anak perusahaan dari PT Kimia Farma yaitu badan usaha milik negara pertama di Indonesia yang bergerak di bidang farmasi dan hingga saat ini PT Kimia Farma Diagnostika telah memiliki 70 cabang Laboratorium Klinik yang tersebar di kota-kota besar di seluruh Indonesia, sehingga membuat praktikan tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan PT Kimia Farma Diagnostika untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yang dimilikinya, sehingga menciptakan loyalitas konsumen yang membuat PT Kimia Farma Diagnostika beberapa kali berhasil mendapatkan penghargaan dalam kategori Laboratorium Klinik. PT Kimia Farma Diagnostika juga hingga saat ini sedang giat dalam melakukan *brand activation* untuk mendukung kegiatan bisnisnya, sehingga praktikan tertarik untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan PT Kimia Farma Diagnostika khususnya pada divisi *Marketing and Branding*.

## **E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan**

Jadwal waktu praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Kimia Farma Diagnostika adalah 2 Bulan (45 Hari Kerja) terhitung sejak tanggal 07 September 2020 hingga 11 November 2020. Dalam prosesnya,

praktikan melakukan beberapa persiapan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yang terbagi menjadi tiga tahap yaitu:

### **1. Tahap Persiapan**

Pada bulan Juli 2020 praktikan mencari informasi mengenai perusahaan yang menerima mahasiswa untuk melakukan kerja praktik melalui beberapa *website*, sosial media maupun informasi secara langsung melalui keluarga dan teman praktikan. Selanjutnya salah satu teman praktikan memberikan informasi mengenai PT Kimia Farma yang menerima mahasiswa yang ingin melakukan Praktik Kerja Lapangan. Kemudian praktikan mengurus surat dan administrasi yang dibutuhkan, dimulai dari surat keterangan mahasiswa dan surat pengajuan permohonan Praktik Kerja Lapangan ke bagian kemahasiswaan Gedung R UNJ. Selanjutnya, praktikan diminta untuk mengakses situs web [http://fe.unj.ac.id/?page\\_id=1123](http://fe.unj.ac.id/?page_id=1123), untuk mengunduh dokumen yang diperlukan kemudian mengisinya, lalu setelah diisi, praktikan mengirimkan dokumen tersebut kepada bagian Kasubag Akademik melalui aplikasi *Whatsapp*. Selanjutnya, praktikan diminta untuk menunggu hingga beberapa hari kerja sampai surat tersebut dikirim ke *email* pribadi praktikan. Setelah menunggu beberapa hari kerja, surat permohonan PKL dan Surat Keterangan Mahasiswa dikirimkan melalui *email* praktikan. Kemudian, praktikan mengirimkan *email* pengajuan Praktik Kerja Lapangan, yang berisi *Curriculum Vitae*, Surat Keterangan Mahasiswa, dan Surat Permohonan PKL ke [learning@kimiafarma.co.id](mailto:learning@kimiafarma.co.id). Setelah menunggu beberapa hari, praktikan dihubungi oleh Admin Kimia

Farma CorpU melalui Aplikasi *Whatsapp*, dan diberikan informasi bahwa praktikan disetujui untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Kimia Farma Diagnostika mulai tanggal 07 September 2020.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT Kimia Farma Diagnostika yang terletak di Ruko Majapahit Permai Blok A Jalan Majapahit 20 Blok A. No. 1, RT.14/RW.8, Petojo Selatan., Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat. Praktikan ditempatkan di divisi *Marketing and Branding*, sub bagian *branding*. Praktikan melaksanakan kegiatan PKL selama 45 Hari Kerja, terhitung mulai dari tanggal 07 September 2020 hingga 11 November 2020. Berikut ketentuan waktu kerja selama kegiatan PKL di PT Kimia Farma Diagnostika:

**Tabel I.1 Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan**

Hari Kerja	Pukul	Keterangan
Senin - Kamis	08.00 – 17.00	Jam Kerja
	12.00 - 13.00	Istirahat
Jumat	08.00 - 17.00	Jam Kerja
	12.00 - 13.30	Istirahat

**Sumber: Data diolah oleh praktikan**

## 3. Tahap Penulisan Laporan

Penulisan Laporan dibuat oleh praktikan sebagai bukti telah menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Pembuatan laporan ini merupakan syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Laporan ini berisi tentang kegiatan yang dilakukan oleh praktikan selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan di PT Kimia Farma Diagnostika. Data-data yang diperoleh praktikan didapatkan langsung dari PT Kimia Farma Diagnostika.

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

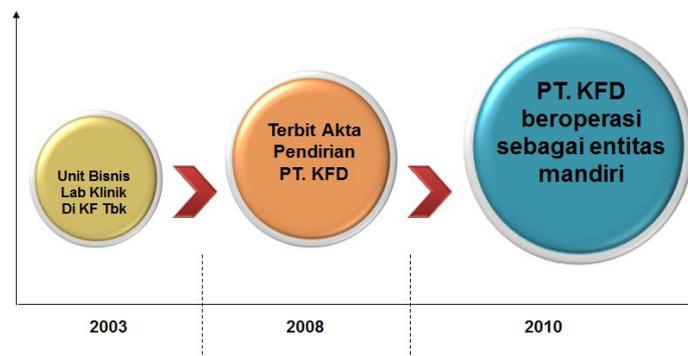
Kimia Farma adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah *NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co.* Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, pada tahun 1958, Pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF (Perusahaan Negara Farmasi) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero).

Pada tanggal 4 Juli 2001, PT Kimia Farma (Persero) kembali mengubah statusnya menjadi perusahaan publik, PT Kimia Farma (Persero) Tbk, dalam penulisan berikutnya disebut Perseroan. Bersamaan dengan perubahan tersebut, perseroan telah dicatatkan pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (sekarang kedua bursa telah merger dan kini bernama Bursa Efek Indonesia). Berbekal pengalaman selama puluhan tahun, Perseroan telah berkembang menjadi perusahaan dengan pelayanan kesehatan terintegrasi di Indonesia. Perseroan kian diperhitungkan kiprahnya dalam pengembangan dan pembangunan.

bangsa, khususnya pembangunan kesehatan masyarakat Indonesia (Kimia Farma, 2020).

PT Kimia Farma (Persero) Tbk. memiliki beberapa anak perusahaan diantaranya adalah PT Kimia Farma Apotek, PT Kimia Farma *Trading and Distribution*, PT Sinkona Indonesia Lestari, PT Kimia Farma Sungwun Pharmocopia, PT Asuransi Inhealth Indonesia dan PT Kimia Farma Diagnostika.

Unit bisnis Laboratorium Klinik yang dibuka sejak tahun 2003 guna melengkapi portofolio bisnis PT Kimia Farma (Persero) Tbk. sebagai *Healthcare Company*. Mulai tanggal 2 Januari 2010, unit bisnis Laboratorium Klinik Kimia Farma berubah menjadi entitas mandiri yang kemudian disebut PT Kimia Farma Diagnostika sebagai anak perusahaan PT Kimia Farma Apotek.



**Gambar II.1 Sejarah PT Kimia Farma Diagnostika**  
**Sumber: labkimiafarma.co.id**

Sampai saat ini, PT Kimia Farma Diagnostika telah memiliki 70 cabang Laboratorium Klinik yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

## **B. Visi, Misi Perusahaan dan Nilai-Nilai PT Kimia Farma Diagnostika**

### **1. Visi PT Kimia Farma Diagnostika**

Menjadi jaringan pelayanan Laboratorium Klinik terbaik di Indonesia untuk mendukung kehidupan yang lebih sehat.

### **2. Misi PT Kimia Farma Diagnostika**

Menghasilkan pertumbuhan nilai perusahaan melalui:

- a. Penyediaan layanan dan pengelolaan jaringan Laboratorium Klinik yang berkualitas.
- b. Pengembangan bisnis jaringan layanan Laboratorium Klinik sesuai dengan kebutuhan pasar dan didukung oleh teknologi dan SDM yang berkualitas.
- c. Sinergi dengan PT. Kimia Farma Apotek dalam penyediaan layanan kesehatan yang lengkap dan terintegrasi (*One Stop Healthcare Solution*).

### **3. Nilai - Nilai PT Kimia Farma Diagnostika**

Pada tahun 2020 PT. Kimia Farma Diagnostika mengubah nilai-nilai perusahaannya yang sebelumnya adalah *I CARE* menjadi AKHLAK. Hal ini sejalan dengan Core Value dari BUMN yang digagas oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara, Erick Thohir yaitu AKHLAK. AKHLAK merupakan akronim dari Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif, kemudian nilai-nilai ini menjadi acuan/pedoman bagi PT Kimia Farma Diagnostika dalam menjalankan kegiatan usahanya, untuk turut serta dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan masyarakat.



**Gambar II.2 Logo AKHLAK, nilai perusahaan baru PT Kimia Farma Diagnostika**

**Sumber: Arsip data PT Kimia Farma Diagnostika**

Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing nilai AKHLAK :

- Amanah : Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- Kompeten : Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- Harmonis : Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- Loyal : Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
- Adaptif : Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- Kolaboratif : Membangun kerja sama yang sinergis.

### **C. Logo PT. Kimia Farma Diagnostika**

Pada bulan Juli 2019 untuk meningkatkan *brand awareness*, PT Kimia Farma Diagnostika mengganti logonya ke logo baru yang cukup berbeda dari logo-logo anak perusahaan PT Kimia Farma yang lainnya.



**Gambar II.3 Logo PT Kimia Farma Diagnostika yang baru**  
**Sumber: Arsip data PT Kimia Farma Diagnostika**

Makna dari logo PT Kimia Farma Diagnostika :

### **1. Komitmen**

Bentuk bulat dengan denyut nadi didalamnya menggambarkan tekat bulat PT Kimia Farma Diagnostika untuk memberikan pelayanan kesehatan agar masyarakat di seluruh Indonesia selalu sehat. Matahari selalu terbit dari timur dan tenggelam di barat secara teratur dan terus menerus, memiliki makna adanya komitmen dan konsistensi dalam menjalankan segala tugas yang diemban oleh Kimia Farma dalam bidang farmasi dan kesehatan.

### **2. Simbol Semangat**

Matahari memberikan makna memberikan cahaya dan semangat dari Kimia Farma dalam menjelaskan komitmennya. Matahari memiliki makna memberikan cahaya kehidupan yang berarti optimal dalam menjalani kehidupan.

### **3. Sumber Energi**

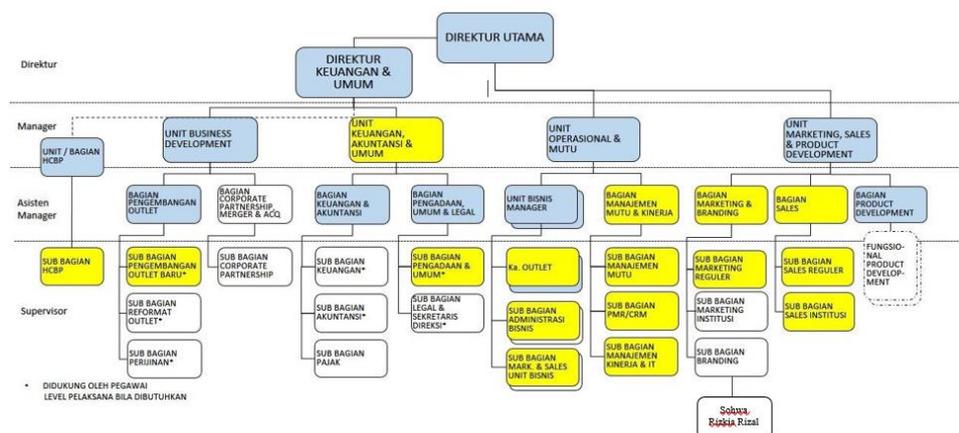
Matahari merupakan sumber energi yang memiliki makna bahwa Kimia Farma adalah pelopor dan perintis bisnis di bidang farmasi di Indonesia yang memberikan energi bagi bisnis farmasi di Indonesia.

#### 4. Aplikasi Warna

Pada logo terlihat warna biru dan oranye, dimana warna biru lebih mendominasi. Warna biru dan oranye di padukan sedemikian rupa sehingga memberikan kesan bersih, optimis, ramah dan dinamis. Unsur oranye juga menggambarkan cahaya matahari yang memberikan semangat dalam menjalani kehidupan.

#### D. Struktur Organisasi PT Kimia Farma Diagnostika

Menurut Stoner (1992) Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antar bagian-bagian, komponen dan posisis dalam suatu perusahaan. Struktur organisasi merupakan susunan sistem hubungan antar posisi kepemimpinan yang ada dalam organisasi. Hal ini merupakan hasil pertimbangan dan kesadaran tentang pentingnya perencanaan atas penentuan kekuasaan, tanggung jawab, spesialisasi setiap anggota organisasi (Yanti Budiasih, 2012).



**Gambar II.4 Struktur organisasi PT Kimia Farma Diagnostika**  
**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

Selama praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan, praktikan di tempatkan pada Subbagian *Branding*. Subbagian *Branding* memiliki tugas utama untuk memperkenalkan berbagai layanan pemeriksaan kesehatan di Laboratorium Klinik Kimia Farma, sehingga konsumen menjadi sadar dan dapat membedakan antara satu layanan dengan layanan lainnya, selain itu praktikan juga bertugas untuk membangun hubungan yang baik antara Kimia Farma Diagnostika dengan konsumen, dengan cara berkomunikasi dengan mereka melalui berbagai macam media. Subbagian *Branding* merupakan bagian dari divisi *Marketing dan Branding*, dan merupakan bagian dari unit *Marketing, Sales dan Product Development* merupakan Berikut ini adalah tugas dan wewenang unit *Marketing, Sales and Product Development (MSP)*:

### **1. Manajer *Marketing, Sales and Development***

- a. Merencanakan, mengkoordinasi, dan mengintegrasikan kegiatan penyusunan RKAP *Marketing, Sales dan Product Development*, untuk memastikan berjalannya aktivitas *Marketing, Sales dan Product Development* yang mendukung tingkat pertumbuhan *revenue* perusahaan secara optimal.
- b. Merencanakan strategi pemasaran dengan memperhatikan *trend* pasar dan sumber daya perusahaan.
- c. Merancang sistem dan prosedur pembagian insentif bagi penjualan produk baru.

- d. Merencanakan, mengkoordinasi dan mengawasi kegiatan *Marketing, Sales* dan *Product Development*, untuk mendukung tingkat pertumbuhan laba perusahaan secara optimal.
- e. Merencanakan, mengkoordinasi dan mengawasi kegiatan *Marketing*, untuk memastikan kegiatan *Marketing* berdampak terhadap penguatan *Brand Image Corporate*.
- f. Merencanakan, mengkoordinasi dan mengawasi kegiatan *Sales*, yang sesuai dengan segmentasi dan target pasar.
- g. Melaksanakan pengawasan dan evaluasi pencapaian target secara berkala.
- h. Merencanakan dan mengintegrasikan kegiatan pemberdayaan dan peningkatan potensi karyawan di jajarannya, untuk memastikan tercapainya produktivitas karyawan optimal.

## **2. Asisten Manajer *Marketing and Branding***

- a. Membantu Manajer Unit *Marketing, Sales and Development* khususnya dalam hal *Marketing* Institusi, Reguler dan *Branding*.
- b. Ikut serta dalam penyiapan RKAP *Marketing and Branding*.
- c. Membuat *Marketing Plan*.
- d. Membuat target omset dan program kerja.
- e. Melakukan aktifitas promo (*Consumer Promo* dan *Trade Promo*).
- f. Membuat *tools* promosi secara berkala.

## **3. Supervisor *Marketing Reguler***

- a. Ikut serta dalam penyiapan RKAP *Marketing and Branding*.

- b. Menyusun strategi dan program *marketing* untuk segmen regular demi pertumbuhan laba perusahaan secara optimal.
- c. Mengevaluasi pelaksanaan strategi *marketing* reguler di unit bisnis maupun outlet.
- d. Mengelola dan mengkoordinasi kegiatan yang berkaitan proses strategi dan program dalam *marketing* reguler.
- e. Melaksanakan survey pasar pelanggan *marketing* reguler untuk memastikan tercapainya target program Kimia Farma Diagnostika (KFD).

#### **4. Supervisor Marketing Institusi**

- a. Membantu melaksanakan kegiatan penyusunan RKAP *Marketing and Branding*.
- b. Menyusun strategi dan program *marketing* untuk segmen institusi demi pertumbuhan laba perusahaan secara optimal.
- c. Mengelola dan mengkoordinir pelaksanaan strategi *marketing* intitusi di unit bisnis maupun outlet.
- d. Melakukan kegiatan survey pasar dan pelanggan secara spesifik dan komprehensif medapatkan informasi mengenai kebutuhan pelanggan serta mengetahui tingkat kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan Kimia Farma Diagnostika (KFD).
- e. Mencari segmentasi baru institusi dari produk yang dihasilkan.

- f. Menentukan permintaan pasar, mendeteksi kenaikan/penurunan pasar, guna mengetahui perkembangan pelaksanaan strategi di program dalam *marketing* institusi.

#### **5. Supervisor Branding**

- a. Membantu melaksanakan kegiatan penyusunan *RKAP Marketing and Branding*.
- b. Menyusun dan membuat strategi serta program *branding* korporat untuk segmen institusi maupun regular.
- c. Mengimplementasikan strategi *branding* dan melaksanakan program sales korporat untuk memastikan realisasi yang akurat dari target omset, target pangsa pasar, dan target keuntungan.
- d. Melakukan evaluasi secara bekerjasama terkait kualitas kinerja penjualan untuk memastikan bahwa *branding* dilakukan dengan benar dan target *brand awareness & image* tercapai.
- e. Mengumpulkan seluruh data pasar yang relevan untuk melacak kinerja *branding*, dan mendiskusikan langkah-langkah yang diperlukan untuk mendapatkan pencapaian *branding* yang optimal.
- f. Mengoperasikan *website* Lab. Klinik Kimia Farma antara lain *upload* kegiatan promosi yang sedang dilakukan, kegiatan layanan, peristiwa penting perusahaan, dll.
- g. Mengembangkan dan mengoperasikan Sosial Media Lab. Klinik Kimia Farma.

**6. Asisten Manajer Sales**

- a. Membantu melaksanakan kegiatan penyusunan RKAP *sales*.
- b. Membuat *Sales Strategy* dan *Sales Plan*.
- c. Membuat target omset di jajarannya.
- d. Melakukan kunjungan *costumer* (Institusi, Organisasi dan *Community*).
- e. Pengawasan dan evaluasi *sales* intitusi dan reguler.

**7. Supervisor Sales Institusi**

- a. Membantu melaksanakan kegiatan penyusunan RKAP *sales*.
- b. Membuat *sales plan/activity* secara berkala.
- c. Melakukan analisa dan pemetaan *account*.
- d. Melakukan kunjungan/FU *existing customer*.
- e. *Review* dan perpanjangan PKS.
- f. Mengawal *Medical Check Up*.

**8. Supervisor Sales Reguler**

- a. Membantu melaksanakan kegiatan penyusunan RKAP *sales*.
- b. Membuat *sales plan/activity* secara berkala.
- c. Melakukan kunjungan *Costumer* (Organisasi, *Community* dan Dokter KOL).
- d. Pengawasan dan evaluasi kunjungan *Marketing-Sales* daerah.

**9. Asisten Manajer Product Development**

- a. Membantu melaksanakan kegiatan penyusunan RKAP *Product Development*.

- b. Melakukan kajian dalam pembuatan *New Product Plan*.
- c. Melakukan *Costumer Insight*.
- d. Melakukan *Marketing Intelligent*.
- e. Menentukan target *launching* produk dan aktifitas promo awal.

#### **10. *Supervisor Product Development***

- a. Membantu melaksanakan kegiatan penyusunan *RKAP Product Development*.
- b. Melakukan *supporting* dalam pembuatan *New Product Plan*.
- c. Melakukan *Consumer Insight*.
- d. Melakukan *Marketing Intelligent*.

### **E. Pencapaian Perusahaan**

#### **1. *1<sup>st</sup> Champion of Indonesia Original Brand 2018***

PT Kimia Farma Diagnostika (Laboratorium Klinik Kimia Farma) berhasil meraih penghargaan sebagai *The 1<sup>st</sup> Champion of Indonesia Original Brand 2018 researched by SWA* untuk kategori Laboratorium Klinik. Penghargaan diberikan langsung oleh *Group Chief Editor SWA*, Kemal E. Gani kepada Direktur Utama PT Kimia Farma Diagnostika, Apt. Adil F. Bulqini ,MM.

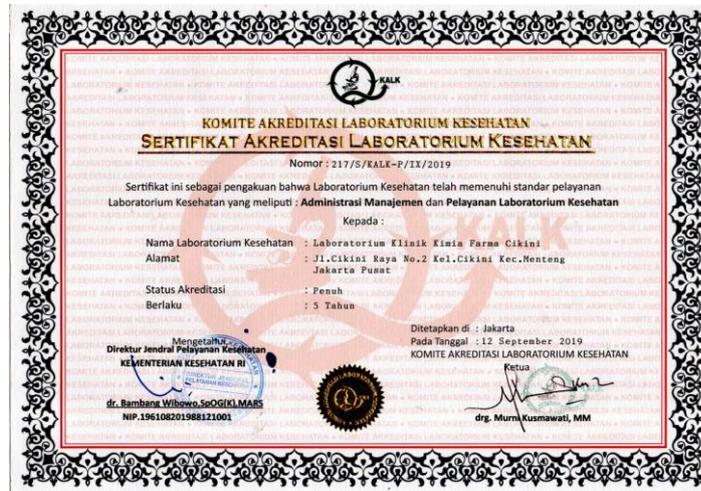


**Gambar II.5 Penghargaan *The 1<sup>st</sup> Champion of Indonesia Original Brand 2018***

**Sumber: labkimiafarma.co.id**

## **2. Akreditasi KALK (Komite Akreditasi Laboratorium Kesehatan)**

Salah satu cabang Laboratorium Klinik PT Kimia Farma Diagnostika yaitu Laboratorium Klinik Cikini telah mendapatkan pengakuan Akreditasi KALK (Komite Akreditasi Laboratorium Kesehatan) yang meliputi **Administrasi Manajemen dan Pelayanan Laboratorium Kesehatan** pada tanggal 12 September 2019 dengan status akreditasi **Penuh**. Pengakuan Akreditasi KALK ini menandakan bahwa Laboratorium Klinik Kimia Farma Cikini sebagai laboratorium kesehatan telah memenuhi syarat yang ditetapkan oleh Departemen Kesehatan, dimana mutu pelayanan dapat dipertanggungjawabkan dan memberikan jaminan kepada masyarakat/pengguna jasa laboratorium bahwa pelayanan yang telah diselenggarakan sesuai standar laboratorium yang berlaku.



**Gambar II.6 Sertifikat akreditasi KALK laboratorium klinik kimia farma cikini**  
**Sumber: Arsip data PT Kimia Farma Diagnostika**

### 3. Sertifikat ISO 9001:2015

Sertifikasi ISO 9001:2015 adalah suatu standar internasional untuk sertifikasi sistem manajemen mutu atau sertifikasi manajemen kualitas. Sertifikasi ISO 9001:2015 menetapkan persyaratan dan rekomendasi untuk desain dan penilaian dari suatu sertifikasi Sistem Manajemen Kualitas, yang bertujuan untuk menjamin bahwa organisasi akan memberikan produk (barang dan atau jasa) yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh badan standarisasi dunia yaitu Badan ISO. Sertifikasi ini didapatkan pada tanggal 15 Mei 2020 dan berlaku hingga 14 Mei 2023.



**Gambar II.7 Sertifikat ISO 9001:2015**  
**Sumber: Arsip data PT Kimia Farma Diagnostika**

#### 4. *WOW Brand 2020*

Dalam acara Indonesia *WOW Brand 2020* Laboratorium Klinik Kimia Farma mendapatkan penghargaan “*Gold Champion*“ untuk kategori *Clinical Laboratory* sebagai perusahaan yang bergerak dibidang Laboratorium Klinik yang melayani jasa pemeriksaan kesehatan (*Medical Check Up*), rujukan laboratorium, pemeriksaan laboratorium *biomolekuler (PCR)*, maupun pemeriksaan lab rutin.



**Gambar II.8 Penghargaan *WOW Brand 2020* PT Kimia Farma Diagnostika**  
**Sumber: Arsip data PT Kimia Farma Diagnostika**

#### **F. Kegiatan Umum Perusahaan**

PT Kimia Farma Diagnostika merupakan perusahaan perseroan milik BUMN yang bergerak di bidang pelayanan jasa Laboratorium Klinik. Menurut Permenkes RI Nomor 411/MENKES/PER/III/2010 pasal 1 tentang Laboratorium Klinik, laboratorium klinik adalah laboratorium kesehatan yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan spesimen klinik untuk mendapatkan informasi tentang kesehatan perorangan terutama untuk menunjang upaya diagnosis pneyakit, penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan. Dalam menjalankan pelayanan jasanya, laboratorium klinik harus memperhatikan akurasi serta presisi dari hasil pemeriksaannya.

PT Kimia Farma Diagnostika memiliki beberapa segmentasi pasar, yaitu segmen untuk pasar reguler/masyarakat biasa atau disebut dengan Atas Permintaan Sendiri (APS), segmen untuk dokter atau disebut dengan Atas Pemeriksaan Dokter (APD), Rutin Rujukan (RR), serta paket *Medical Check Up (MCU)* yang ditujukan untuk segmen perusahaan atau institusi.

Dalam menjalankan bisnisnya sebagai penyedia jasa, PT Kimia Farma Diagnostika menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang

terdiri dari 7P yaitu, *Product, Price, Place, Promotion, People, Process dan Physical Evidence*. Berikut ini uraian dari bauran pemasaran (*Marketing Mix*) PT Kimia Farma Diagnostika:

### **1. Produk (*Product*)**

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, termasuk barang berbentuk fisik, jasa, pengalaman, acara, orang-orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler & Keller, 2012:325). Produk yang ditawarkan oleh PT Kimia Farma Diagnostika adalah berupa layanan laboratorium klinik dengan berbagai pelayanan pemeriksaan kesehatan. PT Kimia Farma Diagnostika melayani pemeriksaan Hematologi, Hemostasis, Tes Fungsi Hati, Tes Fungsi Ginjal, Diabetes Militus, Profil Lemak, *Cardio Marker*, Pankreas, Elektrolit, Urinalisa, Narkotest, *Faeces*, Cairan Tubuh, Hepatitis, Imunologi lain, TORCH, Serologi, Endokrinologi, Fertilitas, Tumor Marker, Alergi Test, *Test Drug Monitoring (TDM)*, Mikrobiologi, Kultur dan Resistensi, Biomolekuler (PCR), Sitologi dan pemeriksaan Non Lab. PT Kimia Farma Diagnostika juga melayani pemeriksaan Radiologi. Selain itu PT Kimia Farma Diagnostika juga melayani jasa Home Service dengan penambahan biaya khusus.

**LabKlinik**  
Kimia Farma

**UPDATE LAYANAN PEMERIKSAAN PCR COVID-19 (SWAB TEST)**

**Rp. 900.000**

Melayani Home/Office Service (Syarat dan ketentuan berlaku)

Info reservasi dan lainnya hubungi  
021-3454299 | 0812 8656 6642

#labkimiafarma #beranicheckup #sehatitukeren

Lab Kimia Farma | labkimiafarma.co.id

**Gambar II.9 Produk Jasa Laboratorium Klinik Kimia Farma PCR COVID-19 (SWAB TEST)**

**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

BUMN UNTUK INDONESIA

**LabKlinik**  
Kimia Farma

**torch klinik**

**DISKON 20%**

**TORCH PACKAGE**

**Manfaat Pemeriksaan:**  
Mendeteksi adanya Toksoplasmosis, Rubella, Cytomegalovirus, dan Herpes Simplex Virus (disingkat TORCH), pada ibu hamil atau yang berencana hamil, untuk mencegah komplikasi pada janin.

**Pemeriksaan:**  
-Anti Toxoplasma IgG & IgM  
-Anti Rubella IgG & IgM  
-Anti CMV IgG & IgM  
-Anti HSV II IgG & IgM

~~Rp. 3.250.000~~  
**Rp. 2.600.000**

#labkimiafarma #beranicheckup #sehatitukeren

Lab Kimia Farma | labkimiafarma.co.id

**Gambar II.10 Produk Jasa Laboratorium Klinik Kimia Farma Paket Pemeriksaan TORCH**

**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

## 2. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang jual oleh penjual. Harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan, agar penetapan harga sesuai dengan target segmen yang ingin dituju. Jika dibandingkan dengan pesaingnya Prodia Lab, Laboratorium Klinik yang dimiliki PT Kimia Farma Diagnostika lebih terjangkau, sehingga mampu bersaing dengan kompetitornya. PT Kimia Farma Diagnostika menerapkan strategi *Cost Leadership*. *Cost Leadership* adalah strategi bisnis yang mengandalkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing sehingga diharapkan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar (Porter,1985). Strategi ini merupakan strategi bisnis dengan skala ekonomis dan mengutamakan efisiensi.

Berikut ini adalah daftar harga layanan pemeriksaan kesehatan PT Kimia Farma Diagnostika:

| NO | JENIS TEST | HARGA   |
|----|------------|---------|----|------------|---------|----|------------|---------|----|------------|---------|----|------------|---------|
| 1  | Hemoglobin | 100.000 |
| 2  | Gula Darah | 100.000 |
| 3  | Kolesterol | 100.000 |

**Gambar II.11 Daftar harga layanan pemeriksaan PT Kimia Farma Diagnostika**

**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika diolah oleh praktikan**

**Gambar II.12 Daftar harga layanan pemeriksaan PT Kimia Farma Diagnostika**

**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika diolah oleh praktikan**

Selain pemeriksaan tersebut, PT Kimia Farma Diagnostika juga melayani Pemeriksaan Radiologi, berikut ini adalah harga dari Pemeriksaan Radiologi PT Kimia Farma Diagnostika:

**Gambar II.13 Harga pemeriksaan Radiologi PT Kimia Farma Diagnostika**

**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

### 3. Tempat (Place)

PT Kimia Farma Diagnostika memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jl. Budi Utomo no. 1, Jakarta Pusat dan karena kantor pusat Budi Utomo dinilai sudah memenuhi kapasitas, maka untuk Unit *Marketing*,

*Sales dan Development* di tempatkan di Ruko Majapahit Permai, Jalan Majapahit 20 Blok A. No. 1.

Hingga saat ini, PT Kimia Farma Diagnostika memiliki 70 Cabang Laboratorium Klinik yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia.

Berikut ini adalah alamat lengkap cabang Laboratorium Klinik PT Kimia Farma Diagnostika:

OUTLET CABANG KFD			OUTLET CABANG KFD		
No	Cabang Outlet	Alamat	No	Cabang Outlet	Alamat
<b>BM Jaya 1 dan Banten</b>			<b>BM JABAR 1</b>		
		<b>Lojg Y. Pohan</b>			<b>Yeti Sugiarti</b>
1	Laboratorium Klinik KF Kebagoran	Jl. Kebayoran Ims No. 50 Kel. Sukabumi Selatan, Kec. Kebon Jeruk - Jakarta Barat	16	Laboratorium Klinik KF Sukabumi	Jl. Veteran II No. 2, Sukabumi
2	Laboratorium Klinik KF Cilegon	Jl. Sultan Ageng Tirtayasa No. 12C, Cilegon	17	Laboratorium Klinik KF Cihampelas	Jl. Cihampelas No. 9 Bandung
3	Laboratorium Klinik KF Pamulang	Jl. Siliwangi Blok E No. 8 Pamulang Barat, Tangerang Selatan.	18	Laboratorium Klinik KF Dago Unpad	Jl. Ir. Hjuanda No. 248, Bandung
4	Laboratorium Klinik KF Serang	Jl. Jenderal Ahmad Yani no. 34 - 36, Sumur Pecung, Serang - Banten	19	Laboratorium Klinik KF Ujung Berung	Jl. Ujung Berung No. 40, Bandung
5	Laboratorium Klinik KF Puri Garcia Serang	Jl. Raya Serang Cilegon KM.4 Legok Azzafan, Kel. Drangong Kec.Talaktakan, Serang Banten.	20	Laboratorium Klinik KF Buah Batu	Jl. Buah Batu No. 186 A, Bandung
6	Laboratorium Klinik KF Radio Dalam	Jl. Radio Dalam Raya No. 26, Gaudaris Utara, Kebayoran Baru - Jakarta Selatan	21	Laboratorium Klinik KF Cianjur	Jl. KH. Abdullak bin Nuh Ruko BLK Unit F
<b>BM Jaya 2 Bodebek</b>			<b>Dewi Yustita</b>		
7	Laboratorium Klinik KF Garuda	Jl. Garuda No. 47 Kemayoran, Jakarta Pusat	22	Laboratorium Klinik KF Diponegoro Bandung	Jl. Diponegoro No.40, Bandung
8	Laboratorium Klinik KF Cikini	Gedung Menteng Huiz Jl. Cikini Raya No.2, Jakarta Pusat	23	Laboratorium Klinik KF Soreang	Jl. Raya Soreang Ruko Platna Forever No. 6A (Hotel Grand Sunshine), Kec. Soreang, Bandung
9	Laboratorium Klinik KF Duren Sawit	Jl. Dermaga Raya No. 23 Duren Sawit, Jakarta Timur	24	Laboratorium Klinik KF Cirebon	Jl. Tapsarev No. 85F, Keduwang, Kab. Cirebon
			<b>BM JABAR 2</b>		
			<b>Dian Agusdini</b>		
10	Laboratorium Klinik KF Bogor	Jl. Ir. H. Djuwanda No. 30 Kel. Paldeang, Kec. Bogor Tengah - Jawa Barat	25	Laboratorium Klinik KF Purwakarta	Jl. Veteran No. 22, Purwakarta
11	Laboratorium Klinik KF Cibubur	Jl. Alternatif Cibabur Ruko City Walk No. 1-2 Citra Gran Cibubur, Jatikusrya - Bekasi	26	Laboratorium Klinik KF Tasikmalaya	Jl. Dr. Sulardjo No.82 Simpanglima, Kec. Cipeder, Tasikmalaya
12	Laboratorium Klinik KF Depok	Jl. Senopati Raya No.11, Mekar Jaya, Kec. Sukmajaya, Depok	27	Laboratorium Klinik KF Garut	Jl. Kabupaten No.1 Peminggir Garut
13	Laboratorium Klinik KF Cikarang	Jl. Kasuari Raya, Ruko Plaza Roxy Kawasan Industri Jababeka 2 Blok C 2-3, Cikarang Utara	28	Laboratorium Klinik KF Singaperna	Jl. Raya Timur No.113 Cikiray, Singaperna, Tasikmalaya
14	Laboratorium Klinik KF RS Kartika Pulomas	Jl. Pulomas Timur K/2 Pulomas - Jakarta Timur	29	Laboratorium Klinik KF Subang	Jl. Otista No. 200 (Ruko Perempatan W'ezel) Kel. Karang Anyak Kab. Subang
15	Laboratorium Klinik KF Pluit	Amayask Building Jl. Pluit Selatan No. 5-3, Pluit - Jakarta Utara	30	Laboratorium Klinik KF Karawang	Ruko Arcadis Blok AIII No. 7 Galuhmsz, Sukaharja, Teluk Jamba Timur

**Gambar II.14 Lokasi cabang PT Kimia Farma Diagnostika BM Jaya 1 dan Banten, BM Jaya 2 dan Bodebek, BM Jabar 1 dan BM Jabar 2**  
Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika

OUTLET CABANG KFD			OUTLET CABANG KFD		
No	Cabang Outlet	Alamat	No	Cabang Outlet	Alamat
<b>BM JOGJA DAN JATENG</b>			<b>BM SULMAPU</b>		
		<b>Dhady Prasetya</b>			<b>A. Diliiana</b>
31	Laboratorium Klinik KF Jogja Kalurang	Jl. Kalurang Km. 6 No. 48, Sleman, Yogyakarta	46	Laboratorium Klinik KF Makassar	Jl. Ahmad Yani No. 17-19 Sulawesi Selatan
32	Laboratorium Klinik KF Jogja Adisucipto	Jl. Laksda Adisucipto No. 63A, Yogyakarta	47	Laboratorium Klinik KF Hasanudin Makassar	Jl. Sultan Hasanudin No. 46, Maluku, Kec. Makassar, Sulawesi Selatan
33	Laboratorium Klinik KF Solo Yosodipuro	Jl. Yosodipuro No. 116 Mangkubumen, Kec. Banjarsari, Surakarta - Jawa Tengah	48	Laboratorium Klinik KF RS Pancaran Kasih	Jl. Samratulangi 13, Sulawesi Utara
34	Laboratorium Klinik KF Solo Adisucipto	Jl. Adisucipto No. 70 Surakarta - Jawa Tengah	49	Laboratorium Klinik KF Manado	Jl. Lumintang No. 12 Tikala, Manado, Sulawesi Utara
35	Laboratorium Klinik KF Semarang Sutomo	Jl. Dr. Suromo No. 3, Kel. Bausari, Kec. Semarang Selatan, Semarang - Jawa Tengah	50	Laboratorium Klinik KF Ternate	Jl. Hasan Esa No. 151 Takoma, Ternate - Maluku Utara
36	Laboratorium Klinik KF Semarang Pemuda	Jl. Pemuda No. 135 Kel. Selayu, Kec. Semarang Tengah, Jawa Tengah	51	Laboratorium Klinik KF Ambon	Jl. Diponegoro No. 66, Kota Ambon, Maluku
37	Laboratorium Klinik KF Cilacap	Jl. Gatot Subroto No. 59, Sidanegara Cilacap Tengah	52	Laboratorium Klinik KF Kendari	Jl. Abdulkah Stordae No. 1, Kec. Mandonga, Kendari - Sulawesi Tenggara
38	Laboratorium Klinik KF Magelang	Jl. Ahmad Yani No. 109, Kedungrai, Magelang Utara, Kota Magelang	53	Laboratorium Klinik KF Mamuju	Jl. Ateri, Simboro Kec. Simboro Kab. Mamuju Sumbawa
39	Laboratorium Klinik KF Madiun	Jl. Mayjend Sungkono No. 101, Madiun	<b>BM SUMBAGUT</b>		<b>Picandi</b>
<b>BM JATIM, BALI, NUSA</b>			<b>Dandiko</b>		
40	Laboratorium Klinik KF Surabaya Darmo	Jl. Raya Darmo No. 6, Dr. Soetomo, Kec. Tegalsari, Surabaya	54	Laboratorium Klinik KF Aceh	Jl. Tgk. Inum Lueng Bala No. 47-48 Btang Cut, Kota Banda Aceh
41	Laboratorium Klinik KF Bangkalan	Jl. Jkotole No. 5 Kraton, Kec. Bangkalan - Jawa Timur	55	Laboratorium Klinik KF Balam Nagoya	Jl. Imam Bonjol, Kampung Utama, Batam, Kep. Riau 23444
42	Laboratorium Klinik KF Malang	Jl. Kawi No. 22A Kauman, Kec. Klojen, Malang - Jawa Timur	56	Laboratorium Klinik KF Medan	Jl. Palang Merah No. 32, Petaih Tengah, Kota Medan - Sumatera Utara
43	Laboratorium Klinik KF Dhamavangsa	Jl. Dhamavangsa No. 24 Surabaya	57	Laboratorium Klinik KF Pekanbaru	Jl. Jend. Sudirman No. 724, Pekanbaru
44	Laboratorium Klinik KF Denpasar	Jl. Diponegoro No. 125, Denpasar	58	Laboratorium Klinik KF Balam Lablup	Komplek Puko Citra Indah, Batam Centre
45	Laboratorium Klinik KF Kupang	Jl. Moch Hatta No. 46, Fontein	59	Laboratorium Klinik KF Padang	Jl. Perintis Kemerdekaan No. 115 Savahan Kec. Padang Timur, Kota Padang

**Gambar II.15 Lokasi Cabang PT Kimia Farma Diagnostika BM Jogja dan Jateng, BM Sulmapu, BM Jatim, Bali, Nusa dan BM Sumbagut**

**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

OUTLET CABANG KFD		
No	Cabang Outlet	Alamat
<b>BM SUMBAGSEL</b>		
		<b>Nashlihin</b>
60	Laboratorium Klinik KF Lampung	Jl. Gajah Mada No. 76 E, Tanjung Karang Timur, Bandar Lampung
61	Laboratorium Klinik KF Palembang	Jl. Jendral Sudirman No. 2837 KM 3,5 Palembang
62	Laboratorium Klinik KF Lubuk Linggau	Jl. Yos Sudarso No. 104, Kel. Cereme Taba, Lubuklinggau - Sumatera Selatan
63	Laboratorium Klinik KF Jambi	Jl. Hos Cokroaminoto No. 38-39, Kelurahan Payo Lebar, Kec. Selulung 36135
64	Laboratorium Klinik KF Bengkulu	Jl. S. Parman No. 113, Padang Jati, Bengkulu
<b>BM KALIMANTAN</b>		
		<b>Fahmiarta</b>
65	Laboratorium Klinik KF Palangkaraya	Jl. Tjilik Riwut, Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 74874
66	Laboratorium Klinik KF Banjarmasin	Jl. S. Parman No. 42 Kel. Antasan Besar, Kec. Banjarmasin Tengah, Kalimantan Selatan
67	Laboratorium Klinik KF Banjarbaru	Jl. A. Yani KM. 34 No. 10 Banjarbaru, Kalimantan Selatan
68	Laboratorium Klinik KF Pontianak	Jl. Prof. M. Yamin No. A7 Kotabaru, Pontianak, Kalbar
69	Laboratorium Klinik KF Samarinda	Jl. Letnan Jend. Suprpto No. 1 Gm. Kelua, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur
70	Laboratorium Klinik KF Balikpapan	Jl. Mayjend Suroboyo No. 92 Gunung Malang, Kec. Balikpapan Selatan

**Gambar II.16 Lokasi Cabang PT Kimia Farma Diagnostika BM Sumbagsel dan BM Kalimantan**

**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

Dari 70 cabang Laboratorium Klinik yang disebutkan diatas ada 4 cabang yang merupakan Cabang Flagship. Cabang Flagship merupakan cabang unggulan yang memiliki pelayanan pemeriksaan dan fasilitas pendukung yang lengkap, cabang tersebut diantaranya Laboratorium Klinik KF Medan, Laboratorium Klinik KF Diponegoro Bandung, Laboratorium Klinik KF Adisucipto Yogyakarta dan Laboratorium Klinik KF Semarang Soetomo.

#### **4. Promosi (*Promotion*)**

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang penting dalam bauran pemasaran sebagai upaya mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa sehingga meningkatkan penjualan. Menurut (Kotler & Keller, 2012) Promosi merupakan sebuah aktifitas komunikasi yang bertujuan untuk memperlancar arus produk, servis atau ide tertentu pada sebuah aliran distribusi. Hal ini merupakan sebuah usaha untuk membujuk calon konsumen untuk menerima, membeli, merekomendasikan atau menggunakan produk yang sedang dipromosikan. Berikut ini adalah strategi promosi yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Diagnostika:

##### **a. *Direct Marketing***

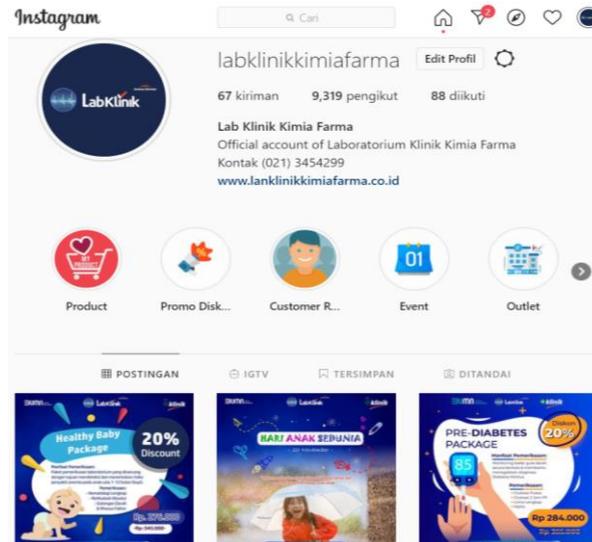
Pemasaran langsung adalah pemasaran yang berkomunikasi langsung dengan pelanggan sasaran untuk menghasilkan respon atau transaksi (Levy Weitz, 2012:407). Strategi *direct marketing* yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Diagnostika adalah melalui

*Whatsapp Blast.* *Whatsapp Blast* merupakan media untuk mengirimkan pesan dalam jumlah yang banyak secara bersamaan. Pesan yang dikirim meliputi promosi diskon yang sedang berlangsung, *reminder* pemeriksaan, serta informasi kesehatan. Pelanggan yang dikirim pesan adalah pelanggan yang sebelumnya pernah melakukan pemeriksaan kegiatan. Cabang diminta untuk merekap nomor telepon pelanggan, kemudian pelanggan ditanyakan apakah bersedia untuk menerima pesan promosi, apabila bersedia, pihak *marketing* pusat akan mengirimkan pesan mengenai promo diskon yang sedang berlangsung, *reminder* pemeriksaan, serta informasi kesehatan.

**b. *Online Marketing***

- ***Social Media Marketing***

Menggunakan platform Instagram, Facebook dan Twitter sebagai sarana untuk meningkatkan *brand awareness*, *brand activation*, memperkenalkan layanan dan fasilitas laboratorium, pemberitahuan promosi diskon layanan, *feedback* dari layanan yang telah dirasakan konsumen hingga sarana untuk melakukan reservasi.



**Gambar II.17 Akun Instagram PT Kimia Farma Diagnostika**  
 Sumber: *Screenshot* diambil oleh praktikan



**Gambar II.18 Akun Twitter PT Kimia Farma Diagnostika**  
 Sumber: *Screenshot* diambil oleh praktikan



**Gambar II.19 Akun Facebook PT Kimia Farma Diagnostika**  
**Sumber: Screenshot diambil oleh praktikan**

- **Website Marketing**

Hingga saat ini *website* PT Kimia Farma Diagnostika digunakan untuk sarana informasi mengenai peristiwa penting yang dilakukan perusahaan, informasi mengenai lokasi Laboratorium Klinik, sarana tanya jawab secara *real-time* dengan *customer service*, dan reservasi *online*.



**Gambar II.20 Website PT Kimia Farma Diagnostika**  
**<https://labklinikkimiafarma.co.id/>**  
**Sumber: Screenshot diambil oleh praktikan**

**c. *Sales Promotion***

*Sales Promotion* adalah insentif khusus atau program untuk meningkatkan rasa senang yang mendorong konsumen untuk membeli produk atau layanan tertentu, mereka biasanya digunakan bersama dengan program periklanan atau penjualan pribadi lainnya (Levy Weitz, 2012:411). Strategi penjualan yang telah dilakukan oleh PT Kimia Farma Diagnostika adalah *Pop Up Store*. *Pop Up Store* adalah etalase sementara yang ada hanya untuk waktu terbatas. PT Kimia Farma Diagnostika rutin untuk mendirikan *stand/booth* dalam perayaan hari-hari besar kesehatan seperti Hari Kesehatan Nasional.

**d. *Event Marketing***

*Event* atau acara adalah sebuah kegiatan yang bisa dilakukan untuk mengenalkan sebuah produk, PT Kimia Farma Diagnostika melakukan *Event Marketing* sebagai langkah awal pengenalan produk, contohnya adalah Webinar M2BPGi yang dilaksanakan pada 24 Oktober 2020 untuk mengenalkan Biomarker M2BPGi untuk menentukan derajat Fibrosis Hati.



**Gambar II.21 Flyer Webinar M2BPGi**  
**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

#### e. *Public Relations*

*Public Relations* (PR) melibatkan pengelolaan komunikasi dan hubungan untuk mencapai berbagai tujuan, seperti membangun dan memelihara citra positif, menangani atau menyingkap cerita atau peristiwa yang tidak menguntungkan, dan memelihara hubungan positif dengan media. Dalam banyak kasus, aktivitas PR mendukung upaya promosi lainnya dengan menghasilkan perhatian media yang "bebas" dan niat baik secara umum. Alat PR yang sangat populer adalah sponsor acara. Sponsor acara terjadi ketika perusahaan mendukung berbagai aktivitas (secara finansial atau lainnya). Pada beberapa kesempatan PT Kimia Farma Diagnostika memberikan

sponsor kepada acara-acara yang diadakan oleh pihak lain dengan cara memberikan *voucher* diskon pemeriksaan.

#### f. Advertising

Iklan atau *Advertising* adalah segala bentuk presentasi *nonpersonal* dan promosi ide, barang, atau layanan yang dibayar oleh sponsor yang diidentifikasi melalui media cetak, media penyiaran, media jaringan, media elektronik, dan media tampilan.

PT Kimia Farma Diagnostika melakukan strategi iklan menggunakan media cetak yaitu brosur yang ditempatkan di outlet cabang. Brosur biasanya berisi tentang promosi paket pemeriksaan.

Selain itu PT Kimia Farma Diagnostika juga pernah menggunakan media penyiaran radio lokal di daerah-daerah tertentu.



**Gambar II.22 Brosur sebagai media iklan Laboratorium Klinik**

**Sumber: Foto diambil oleh praktikan**

## 5. Sumber Daya Manusia (*People*)

Sumber Daya Manusia merupakan aspek yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, karena sumber daya manusia yang ada secara tidak langsung merepresentasikan sebuah merek hingga menentukan tingkat keuntungan. Dalam upaya untuk mendukung kebutuhan perusahaan agar terus berkembang, memiliki pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dan mampu bersaing dengan kompetitor, PT Kimia Farma Diagnostika merekrut karyawan melalui berbagai tahap, mulai dari *job posting*, *screening* berkas pelamar yang sesuai dengan kualifikasi, menghubungi pegawai terpilih melalui *email* dan telepon, *interview*, rekap penilaian hasil *interview* hingga melakukan panggilan kerja melalui *email* dan juga telepon. Oleh karena itu, karyawan PT Kimia Farma Diagnostika merupakan orang-orang terpilih yang berkompeten dan profesional di bidangnya.

Untuk terus meningkatkan pengetahuan karyawan mengenai produk jasa perusahaan, PT Kimia Farma Diagnostika khususnya divisi *product development* juga rutin untuk melakukan *product knowledge* setiap 1 minggu sekali, *product knowledge* di ikuti oleh *marketing* cabang, dan didalamnya disediakan materi mengenai produk jasa kemudian di lanjutkan dengan penilaian terhadap masing-masing *marketing* cabang.



**Gambar II.21 Karyawan Unit *Marketing, Sales and Product Development***

**Sumber: Foto diambil oleh Praktikan**

Unit *Marketing, Sales and Product Development* dipimpin oleh Manajer Unit *Marketing, Sales and Product Development* yaitu Bapak Imam Susanto, SSi, Apt. Dalam unit ini terdapat tiga divisi yaitu:

- Divisi *Marketing and Branding*, yang dipimpin oleh Asisten Manajer *Marketing and Branding*, Ibu Anggy Anggraeni W. S.Farm, yang membawahi SPV *Marketing and Branding*, yaitu Ibu Ni Putu Katarina, dan staf *Marketing and Branding* yaitu, Ibu Maulidya dan Bapak Rendy.
- Divisi *Sales*, yang dipimpin oleh Asisten Manajer *Sales* yaitu Bapak Andi Setiawan, yang membawahi SPV *Sales* yaitu Ibu Ni Putu Naris dan Staf *Sales* Institusi yaitu Ibu Ardela dan Staf *Sales* Reguler yaitu Ibu Salsa.

- Divisi *Product Development*, yang dipimpin oleh Asisten Manajer *Product Development* Bapak Hening dan dibantu oleh Asisten Manajer Madya yaitu Ibu Any dan membawahi Staf *Product Development* yaitu Ibu Sarah.

## 6. Proses (*Process*)

Dalam menjalankan proses bisnisnya, PT Kimia Farma Diagnostika membaginya menjadi tiga segmentasi yaitu segmentasi reguler. Segmentasi dokter dan segmentasi institusi. Segmentasi reguler merupakan konsumen individu yang melakukan pemeriksaan Atas Permintaan Sendiri (APS). Segmentasi Dokter meliputi pemeriksaan Atas Permintaan Dokter, sedangkan segmentasi institusi merupakan konsumen dari institusi atau perusahaan dengan pemeriksaan *Medical Check Up*.

Proses penjualan reguler jasa dimulai dari konsumen yang melakukan reservasi ke *marketing* cabang melalui telepon sebelum melakukan pemeriksaan, kemudian setelah cabang mengkonfirmasi ketersediaan jadwal, konsumen bisa datang untuk melakukan pemeriksaan pada waktu yang telah disepakati. Kemudian pasien bisa mendapatkan hasil pemeriksaan pada hari yang sama dengan pemeriksaan, atau untuk beberapa pemeriksaan pasien diharuskan untuk menunggu sampai hasil keluar. Hasil pemeriksaan diberikan sesuai dengan permintaan konsumen, bisa dikirimkan melalui *email* atau

konsumen bisa datang kembali ke cabang tempat pemeriksaan untuk mengambil hasil.

Proses penjualan regular dimulai dari perusahaan/institusi/organisasi yang menghubungi nomor telfon/*email* unit marketing pusat untuk membuat janji pemeriksaan tertentu, lalu biasanya pihak institusi akan meminta pengurangan harga, untuk mengatasinya pihak *marketing* institusi bekerja sama dengan *sales* institusi untuk melakukan negosiasi harga, setelah sepakat, pihak *marketing* institusi pusat akan menghubungi *marketing* cabang untuk menanyakan ketersediaan jadwal yang diminta oleh institusi. Apabila pihak sudah sepakat dengan harga dan jadwal, maka dimulai pemeriksaan. Pemeriksaan bisa dilakukan di cabang Laboratorium Klinik atau pihak Laboratorium Klinik yang mendatangi perusahaan. Apabila pemeriksaan sudah selesai dilakukan, maka tagihan akan di kirimkan oleh divisi *sales* institusi kepada institusi untuk kemudian melakukan pelunasan ke bagian keuangan.

#### **7. Bukti Fisik (Physical Evidence)**

Dalam menjalankan usahanya, PT Kimia Farma Diagnostika memiliki bukti fisik sebagai berikut:

- a. Kantor Pusat yang berada di Jl. Budi Utomo No.1, Ps. Baru, Kecamatan Sawah Besar.
- b. Kantor Pusat Majapahit untuk unit *Marketing, Sales* dan *Product Development* tempat praktikan melakukan kegiatan praktik kerja

lapangan yang berada di Ruko Majapahit Permai, Jalan Majapahit 20 Blok A. No. 1, Jakarta Pusat.

- c. Kantor pusat Majapahit untuk unit *Marketing, Sales* dan *Product Development*, terdiri dari ruang tunggu, ruang kantor dan ruang *meeting*, dimana disetiap ruangnya di lengkapi dengan AC. Selain itu disediakan juga ruang *pantry*, musholla dan toilet. Semua ruangan sangat dijaga kerapihan dan kebersihannya oleh seluruh karyawan agar meningkatkan semangat bekerja dan *mood* positif dalam bekerja.
- d. Fasilitas pendukung di Kantor Pusat Majapahit untuk mendukung kegiatan bisnis unit *Marketing, Sales* dan *Product Development*, meliputi, meja dan kursi, 1 unit komputer kantor, rak untuk penyimpanan dokumen, laptop untuk masing-masing karyawan tetap, 1 *Smart TV* untuk kegiatan *meeting*, internet, 3 unit printer, scanner, 1 telfon kantor, dan alat tulis kantor.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Bidang Kerja**

Selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan di PT Kimia Farma Diagnostika, praktikan ditempatkan pada divisi yang berhubungan dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran yaitu, divisi *Marketing and Branding* khususnya subbagian *Branding*. *Branding* adalah suatu kegiatan memberkahi produk dan layanan dengan kekuatan merek. Proses *Branding* menciptakan struktur mental yang membantu konsumen mengatur pengetahuan mereka tentang produk dan layanan sehingga memperjelas pengambilan keputusan mereka dan, dalam prosesnya, memberikan nilai bagi perusahaan (Kotler Keller, 2012:243).

Praktikan mendapatkan bimbingan langsung oleh Ibu Anggy Anggraeni selaku Asisten Manajer *Marketing and Branding*, dan Ibu Ni Putu Katarina selaku *SPV Marketing*. Adapun cakupan pekerjaan yang praktikan lakukan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL), antara lain:

1. Membuat *content plan* untuk sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Facebook dan Twitter).
2. Membuat desain konten sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Facebook dan Twitter).
3. *Upload* konten di sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Facebook dan Twitter).

4. Membuat promosi diskon di peringatan hari besar untuk di posting di sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Facebook dan Twitter).
5. Menjadi *customer service* di Twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma.

## **B. Pelaksanaan Kerja**

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama 45 hari kerja terhitung dari tanggal 07 September – 11 November 2020. Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan setiap hari Senin s.d Jumat mulai dari pukul 08.00 WIB – 17.00 WIB.

Pada hari pertama, praktikan diarahkan oleh Bapak Erwan selaku Manajer *Human Capital Business Partner* untuk datang ke kantor PT Kimia Farma Diagnostika yang berada di Majapahit Permai, dan dikoordinasikan untuk bertemu dengan Ibu Ni Putu Katarina selaku *SPV Marketing* yang akan menjadi pembimbing sementara praktikan karena Ibu Anggy Anggraeni selaku Asisten Manajer *Marketing and Branding* sedang cuti melahirkan. Selanjutnya praktikan dijelaskan mengenai pengetahuan dan pemahaman secara umum mengenai layanan yang ada di PT Kimia Farma Diagnostika, kegiatan yang dilakukan oleh divisi *Marketing and Branding*, kemudian praktikan dijelaskan mengenai deskripsi pekerjaan yang akan dikerjakan oleh praktikan. Berikut ini uraian tugas-tugas yang dikerjakan praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada divisi *Marketing and Branding* khususnya pada subbagian *Branding* di PT Kimia Farma Diagnostika:

## **1. Membuat *Content Plan* untuk Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Facebook dan Twitter)**

*Content Plan* atau perencanaan konten adalah sebuah strategi untuk mengatur konten yang akan dibuat dan diposting agar kualitas konten yang dibuat sesuai dengan *trend*, meningkatkan *Brand Awareness* dan mencapai target perusahaan.

Sebelum mendapatkan tugas untuk membuat *content plan*, praktikan diminta untuk menganalisis kekurangan dari sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma jika dibandingkan dengan kompetitor yaitu Prodia lab, Pramita Lab dan Biomedika. Kemudian kekurangan pertama yang praktikan temukan adalah bahwa sosial media yang dimiliki oleh Laboratorium Klinik Kimia Farma adalah kurang memiliki keberagaman konten. Konten yang tersedia saat itu hanyalah mengenai diskon, promosi produk, lowongan pekerjaan dan informasi *event* saja. Kekurangan kedua yang praktikan temukan adalah, tidak teraturnya waktu *upload* konten, bahkan cenderung jarang sehingga aktivitas komunikasi bersama konsumen lewat sosial media cenderung tidak berjalan dengan baik. Kemudian praktikan berinisiatif untuk menyarankan dibuatnya *content plan*, agar konten yang ada di sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma lebih bervariasi dan memiliki jadwal posting konten yang lebih teratur. Kemudian praktikan diberikan tugas oleh Ibu Ni Putu Katarina selaku *SPV Marketing* untuk membuat *content plan*. Berikut ini adalah tahapan dalam membuat *content plan* untuk sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma.

### a. Membuat *Social Media Content Pillar*

*Social Media Content Pillar* adalah sebuah jenis atau tema besar untuk acuan dari konten yang akan dibuat. Dalam menentukan *Social Media Content Pillar*, praktikan melakukan *brainstorming* dengan tim *Marketing and Branding* secara langsung. Setelah melakukan *brainstorming*, maka disepakati bahwa konten yang dibuat nantinya akan mengacu pada tema besar berikut ini:

- ***Reminder dan Invitation #beranicheckup***

*Reminder dan Invitation* merupakan tema konten yang berisi mengenai *quotes* kesehatan atau tips dokter, dan disertai ajakan untuk melakukan *Medical Check Up* atau pemeriksaan lainnya di Laboratorium Klinik Kimia Farma.

- **Informasi Kesehatan Lab KF #InfoSehatLabKF**

Info Sehat Laboratorium Klinik Kimia Farma merupakan konten yang berisi mengenai informasi mengenai resiko suatu penyakit tertentu, tips kesehatan serta mitos vs fakta tentang kesehatan. Informasi kesehatan yang dijelaskan akan selalu berhubungan dengan layanan pemeriksaan kesehatan yang tersedia di Laboratorium Klinik Kimia Farma dan juga mengikuti *trend* yang sedang ramai dibicarakan.

- **Layanan Laboratorium Lab KF #LayananLabKF**

Layanan Laboratorium Laboratorium Klinik Kimia Farma merupakan konten yang berisi tentang pengenalan pelayanan

pemeriksaan kesehatan yang ada di Laboratorium Klinik Kimia Farma dan pengenalan masing-masing cabang Laboratorium Klinik Kimia Farma yang dikemas secara menarik melalui konten video atau gambar.

- ***Simple Games/Simple Polling #LabKFInteractive***

*Simple Games/Simple Polling* merupakan konten tentang kuis kesehatan sederhana yang berhadiah *voucher* diskon/*voucher free* pemeriksaan kesehatan di Laboratorium Klinik Kimia Farma.

- **Perayaan Hari Besar**

Konten yang berisi tentang perayaan hari-hari besar, seperti perayaan Maulid Nabi, Hari Anak Sedunia, Hari Kesehatan Nasional, dll. Konten perayaan hari-hari besar ini bisa disandingkan dengan promosi yang berkaitan dengan hari besar tersebut. Contoh di Hari Kesehatan Nasional, Laboratorium Klinik Kimia Farma mengadakan Gebyar HKN yaitu diskon 20% di semua pemeriksaan yang tersedia.

**b. Membuat Jadwal Upload Konten**

Setelah itu praktikan bersama tim *marketing and branding* berdiskusi kembali mengenai jadwal *upload*. Praktikan diminta untuk meriset kapan saja waktu yang tepat untuk *upload* konten di sosial media agar bisa menaikkan *engagement rate* dan konten yang telah di *upload* dapat dilihat oleh lebih banyak audiens. Pada

akhirnya ditetapkan jadwal *upload* konten adalah hari Senin, Kamis, Jumat dan Sabtu dengan perincian sebagai berikut:

**Tabel III.1 Jadwal Upload Konten Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma**

<b>HARI</b>	<b>KONTEN</b>	<b>JAM UPLOAD</b>
Senin dan Rabu	a. <i>Reminder dan Invitation</i> #beranicheckup b. Informasi Kesehatan Lab KF #InfoSehatLabKF	11.45 – 13.00 WIB
Jumat dan Sabtu	a. Layanan Laboratorium Lab KF #LayananLabKF b. <i>Simple Games/Simple Polling</i> #LabKFInteractive	11.45 – 13.00 WIB

**Sumber: Data diolah oleh praktikan**

### c. Membuat *Timeline Content Plan*

Setelah menentukan tema besar konten dan jadwal *upload*, praktikan diberikan arahan untuk membuat *timeline content plan*. *Timeline Content Plan* merupakan topik tematik dari konten yang belum dikembangkan dengan ditambahkan dengan *interactive caption*, referensi desain dan isi konten.

Praktikan mulai mencari ide dan referensi untuk membuat konten, praktikan mencari ide dan referensi melalui beberapa platform, yaitu Instagram, Facebook, Twitter, artikel kesehatan, dll. Setelah mendapatkan ide untuk konten yang akan dibuat,

praktikan mulai membuat *timeline content plan* untuk bulan Oktober dan November di Microsoft Excel.

**Gambar III.1** Membuat *Timeline Content Plan* untuk Sosial Media Laboratorium Klinik KF  
Sumber: Data diolah oleh Praktikan

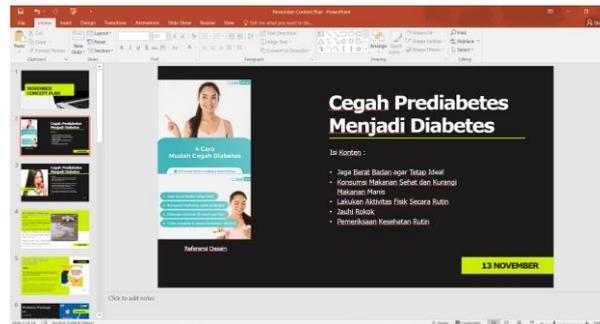
**d. Penyerahan, Evaluasi dan Revisi *Timeline Content Plan* oleh Mentor**

Setelah selesai mengerjakan *Timeline Content Plan*, praktikan menyerahkannya ke Ibu Ni Putu Katarina dan Ibu Maulidya untuk dievaluasi dan direvisi secara langsung. Setelah selesai dievaluasi, kemudian praktikan diminta untuk mengganti beberapa topik konten dengan topik yang lain, praktikan juga diberikan referensi mengenai topik apa yang harus ditambahkan.

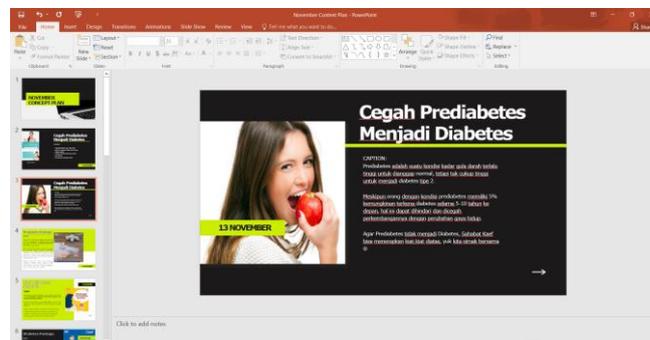
**e. Mengembangkan *Timeline Content Plan* Menjadi *Content Plan***

Setelah *Timeline Content Plan* yang dibuat sudah selesai dibuat, kemudian praktikan kembangkan dengan menambahkan *interactive caption*, isi konten serta referensi desain. Hal ini di butuhkan agar konten yang di *upload* akan lebih menarik untuk audiens dan tetap menyampaikan informasi yang ingin

disampaikan oleh PT Kimia Farma Diagnostika. Praktikan mendapatkan ide dan referensi melalui berbagai platform sosial media lain seperti, Instagram, Facebook, Twitter, artikel kesehatan, Youtube dll.



**Gambar III.2 Membuat isi konten dan referensi desain untuk mengembangkan *Timeline Content Plan***  
Sumber: Data diolah oleh praktikan



**Gambar III.3 Membuat *interactive caption* untuk mengembangkan *Timeline Content Plan***  
Sumber: Data diolah oleh praktikan

#### f. Evaluasi dan Revisi *Content Plan* oleh Mentor

Praktikan kemudian menyerahkan kembali *Content Plan* ke Ibu Ni Putu Katarina dan Ibu Maulidya untuk di evaluasi dan di revisi. Revisi yang di lakukan adalah mengenai tata bahasa, kesesuaian kalimat dengan isi konten, serta kesesuaian tanda baca.

Praktikan kemudian diminta untuk merevisi beberapa konten yang dinilai masih ada yang kurang tepat.

**g. Menyerahkan Kembali *Content Plan* yang Telah Direvisi**

Apabila praktikan telah selesai merevisi *Content Plan*, praktikan menyerahkan kembali *Content Plan* ke Ibu Ni Putu Katarina dan Ibu Maulidya untuk dilihat dan dievaluasi untuk terakhir kalinya, apabila sudah tepat kemudian praktikan mengembangkan kembali *Content Plan* dengan menambahkan desain gambar.

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat *Content Plan* untuk akun sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma.



**Gambar III.4 Alur kegiatan membuat *content plan* untuk akun sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma  
Sumber: Data diolah oleh praktikan**

## **2. Membuat Desain Konten Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Facebook dan Twitter)**

Kekurangan selanjutnya yang praktikan temukan di sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma adalah kurangnya keseragaman dalam desain konten yang di *upload* sehingga tampilan sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma kurang menarik untuk dilihat, dan praktikan juga mendapatkan masukan dari Bapak Imam Susanto selaku Manajer *Marketing, Sales dan Product Development*, untuk menambahkan unsur-unsur humanis dalam desain konten, karena kebanyakan konten yang di telah diposting masih berbentuk animasi. Sosial Media merupakan media yang sangat penting untuk upaya distribusi konten, baik itu konten promosi, informasi produk, dan informasi harga, sehingga sangat disayangkan apabila sosial media yang ada tidak diolah sedemikian rupa agar lebih menarik untuk dilihat audiens.

Praktikan kemudian diberikan tugas dari Bapak Imam Susanto selaku Manajer *Marketing, Sales dan Product Development* untuk membuat desain di sosial media oleh Laboratorium Klinik Kimia Farma supaya lebih menarik dan menaikkan *engagement rate*. Berikut ini adalah tahapan pengerjaan desain konten sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma:

### **a. Membuat Panduan Desain Konten**

Praktikan bersama Mas Rendy selaku desain grafis yang mendesain semua konten di Laboratorium Klinik Kimia Farma,

membuat panduan untuk desain konten sosial media, karena sebelumnya belum ada panduan khusus untuk desain konten sosial media.

Berikut ini adalah ketentuan yang dibuat sebagai acuan dalam desain konten sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma:

- Warna

Warna didominasi oleh warna biru *navy* dan ditambahkan sedikit warna oranye. Warna tersebut melambangkan warna *corporate* PT Kimia Farma Diagnostika, sehingga apabila audiens melihat konten tersebut, akan langsung teringat dengan Kimia Farma Diagnostika. Tidak menonjolkan/mengurangi unsur warna kompetitor, seperti kuning milik Prodia Lab dan merah milik Pramita Lab.

- Tata Letak Logo

Logo Laboratorium Klinik ditempatkan di pojok kanan atas, sedangkan logo BUMN di taruh di pojok kiri atas.

- Gambar Tagar

Pada bagian bawah konten ditambahkan tagar yang selalu digunakan oleh Laboratorium Klinik Kimia Farma yaitu #labkimiafarma #beranicheckup #sehatitukeren, tagar ini digunakan dan dibuat dalam bentuk gambar juga, agar audiens semakin mudah dalam mencari konten Laboratorium Klinik Kimia Farma.

- *Username* Sosial Media Lain dan Alamat *Website*

Diletakkan di bagian paling bawah gambar, informasi ini dimasukkan ke dalam desain konten agar, audiens mengetahui informasi mengenai akun sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma dan informasi mengenai *website*.

#### **b. Membuat Konten**

Praktikan dibantu oleh Bapak Rendy membuat konten berdasarkan *Content Plan* yang telah dibuat sebelumnya oleh praktikan. Praktikan mendapatkan ide dan referensi desain dari berbagai sumber, mulai dari Instagram, Pinterest, Facebook dan Twitter. Praktikan menggunakan beberapa aplikasi desain yaitu, Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Selain itu praktikan juga menggunakan aplikasi unduh gambar gratis berbasis *website* yaitu *Freepik*, agar desain konten lebih menarik.

#### **c. Penyerahan, Evaluasi dan Revisi Konten oleh Mentor**

Setelah dirasa cukup, praktikan menyerahkan konten yang telah dibuat ke grup *Whatsapp* Digital & Produk MSP, grup tersebut dibuat untuk memudahkan praktikan dalam penyerahan dan evaluasi konten yang telah dibuat oleh praktikan. Grup *Whatsapp* Digital & Produk MSP terdiri dari semua anggota divisi *marketing and branding*, asisten manajer sales, asisten manajer dan satu staf *product development*. Revisi yang dilakukan adalah mengenai detail-detail kecil seperti *font* yang kurang cocok dengan desain gambar, atau penambahan atribut-atribut kecil seperti ditambahkan

alat deteksi gula darah dalam konten cara cegah prediabetes berkembang menjadi diabetes.

#### d. Revisi Konten

Praktikan kemudian melakukan revisi desain konten sesuai dengan arahan dari pembimbing praktikan.



**Gambar III.5 Desain konten sebelum dan sesudah direvisi oleh praktikan**  
**Sumber: Data diolah oleh praktikan**

#### e. Penyerahan Kembali Desain yang Telah Direvisi

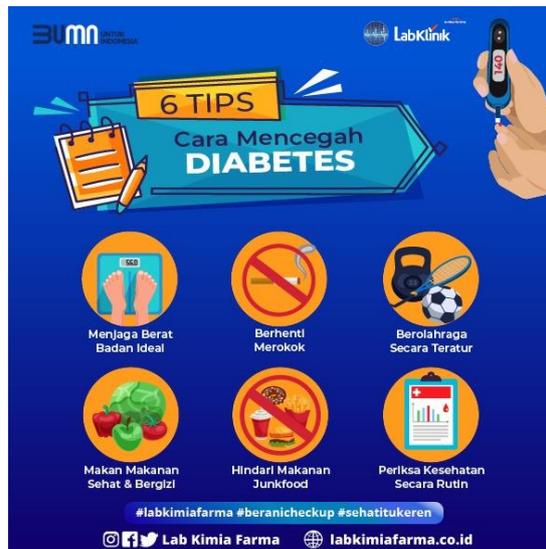
Praktikan menyerahkan kembali desain yang telah direvisi ke grup *Whatsapp* Digital & Produk MSP, apabila konten dirasa sudah cukup baik maka praktikan diperbolehkan untuk *upload* konten di sosial media Instagram, Facebook, dan Twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.



**Gambar III.6** Konten sosial media layanan Lab KF yang di buat oleh praktikan  
**Sumber:** Data diolah oleh praktikan

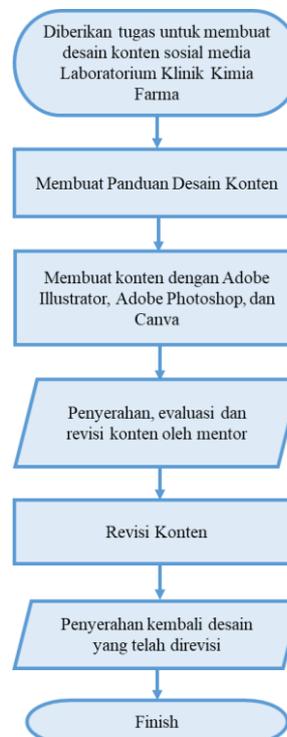


**Gambar III.7** Konten sosial media *Reminder and Invitation* yang di buat oleh praktikan  
**Sumber:** Data diolah oleh praktikan



**Gambar III.8** Konten sosial media info kesehatan yang di buat oleh praktikan  
**Sumber:** Data diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat desain konten untuk akun sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma.



**Gambar III.9** Alur kegiatan membuat desain konten untuk sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma  
**Sumber:** Data diolah oleh praktikan

Setelah praktikan mendapatkan tugas untuk membuat konten untuk sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma, praktikan mendapatkan manfaat yaitu, berkembangnya kreatifitas praktikan karena telah membuat konten dengan gambar dan desain yang menarik namun tetap informatif agar konsumen merasa tertarik dengan produk jasa dari PT Kimia Farma Diagnostika.

### **3. Upload Konten di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Facebook dan Twitter)**

Langkah selanjutnya dalam pengelolaan konten sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma adalah *upload* konten. Praktikan diberikan tugas untuk *upload* konten yang telah dibuat di sosial media khususnya Facebook, Twitter, dan Instagram Laboratorium Klinik Kimia Farma sesuai dengan jadwal yang telah dibuat dalam *Timeline Content Plan*. Praktikan masih meng*upload*nya secara manual yaitu satu persatu.

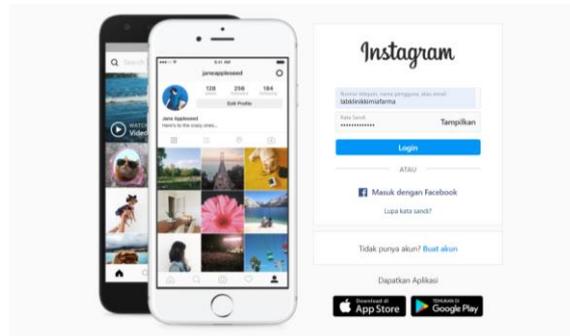
Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat upload konten di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma:

#### **a. Diberikan Akses ke Akun Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma**

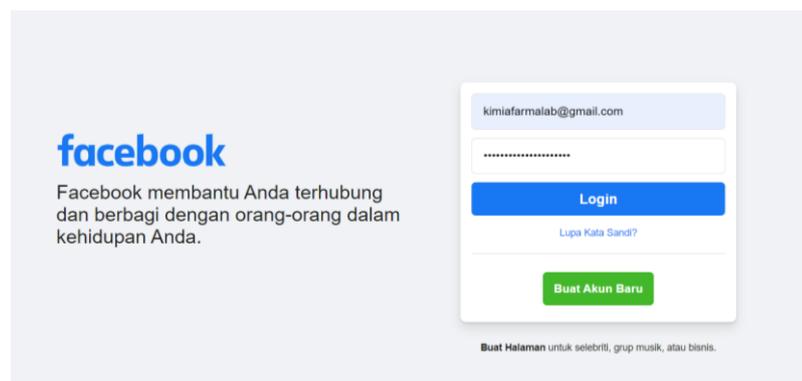
Untuk memaksimalkan pengelolaan sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma praktikan diberikan kepercayaan untuk mengakses sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma.

#### **b. Memasukkan Email dan Kata Sandi di Masing-Masing Akun Sosial Media**

Praktikan kemudian memasukkan email dan kata sandi yang telah di informasikan sebelumnya ke masing-masing akun sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma



**Gambar III.10 Memasukkan Kata Sandi dan Email ke akun Instagram Labklinikkimiafarma**  
**Sumber: Screenshot diambil oleh Praktikan**



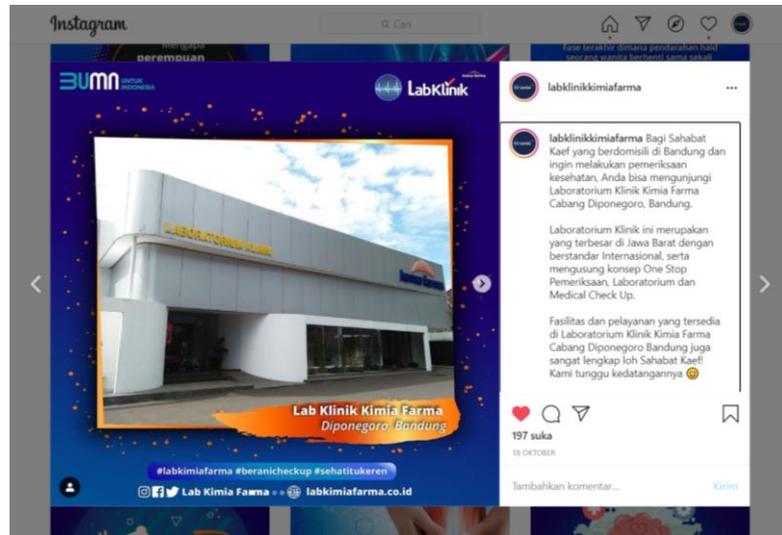
**Gambar III.11 Memasukkan Kata Sandi dan Email ke akun Facebook Laboratorium Klinik Kimia Farma**  
**Sumber: Screenshot diambil oleh praktikan**



**Gambar III.12 Memasukkan Kata Sandi dan Email ke akun Twitter Labklinikkf**  
**Sumber: Screenshot diambil oleh praktikan**

- c. **Login ke Akun Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma**  
 Praktikan kemudian berhasil masuk ke akun Instagram, Facebook dan Twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma untuk melakukan *upload* konten.
- d. **Menyiapkan Desain Foto dan *Interactive Caption* yang Telah di Buat**  
 Praktikan kemudian menyiapkan konten-konten yang akan di *upload*, seperti gambar dari konten yang sudah dibuat oleh praktikan sebelumnya dan juga *interactive caption* yang telah dibuat sebelumnya, praktikan juga melakukan *double check* untuk memastikan bahwa konten yang di *upload* sudah benar dan tidak ada kesalahan.
- e. **Melakukan *Upload* Konten**  
 Konten yang di *upload* dalam satu postingan terdiri dari gambar yang telah dibuat oleh praktikan, *interactive caption* yang telah dibuat dalam *content plan* oleh praktikan serta tagar untuk memudahkan

konsumen jika ingin mencari akun sosial media/postingan dari Laboratorium Klinik Kimia Farma.



**Gambar III.13** Konten yang telah di *upload* di Instagram  
Sumber: Screenshot diambil oleh praktikan

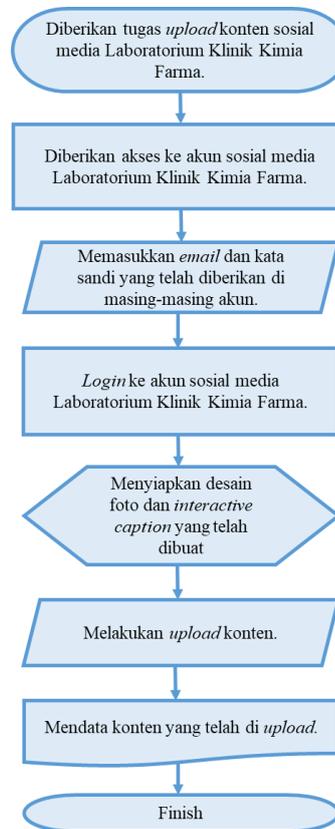
#### f. Mendata konten yang telah di *upload*

Apabila konten sudah di *upload*, telah muncul dan tidak terdapat lagi kesalahan, praktikan memberikan tanda ceklis sebagai tanda bahwa konten telah selesai di *upload*.

Date	Content	Instagram	Facebook	Twitter
10/18/2020	Hari Lompat Ulin Internasional	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Bank Nasional	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Cereb Indonesia	✓	✓	✓
10/18/2020	Infeksi: Tiga Kesehatan Internal di Kuba Pandemik	✓	✓	✓
10/18/2020	Camogie Praktek Vokasi D	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Kesehatan Mental Dunia	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Rading (sekolah) (Artis) Indonesia	✓	✓	✓
10/18/2020	Infeksi & Hari Sapi Kesehatan Small	✓	✓	✓
10/18/2020	Remedial and Instruktur: Koneksi Arteterapi Rheumatoid	✓	✓	✓
10/18/2020	Keunggulan Layanan Laboratorium Klinik K1 Bandung Dago	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Menopaus Se-Dunia	✓	✓	✓
10/18/2020	Infeksi: Koneksi Sifat Menopaus	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Osteoporosis Se-Dunia Normal	✓	✓	✓
10/18/2020	Infeksi: Mengapa program lebih rentan infeksi enteroparasit dibandingkan dengan prisi?	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Dokter Nasional & Hari Pula Indonesia	✓	✓	✓
10/18/2020	Infeksi: Programan Yabnis	✓	✓	✓
10/18/2020	Hari Jarak Perdana	✓	✓	✓
10/18/2020	Struktur Nihil & Hari Struktur Indonesia	✓	✓	✓
10/18/2020	Harah Ganesha: Pula in Ward Swaha	✓	✓	✓

**Gambar III.14** Data konten yang telah selesai di *Upload*  
Sumber: Data diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat *Upload* Konten di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma.



**Gambar III.15 Alur Kegiatan *upload* konten**  
**Sumber: Data diolah oleh praktikan**

#### **4. Membuat Promosi Diskon yang Berkaitan dengan Peringatan Hari Besar**

Menurut Tjiptono (2008:166) Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Diskon bisa menjadi daya tarik untuk konsumen, selain itu juga mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Praktikan diberikan tugas oleh Bapak Imam Susanto selaku manajer *Marketing, Sales and*

*Product Development* untuk membuat promosi yang berkaitan dengan peringatan hari besar khususnya yang berkaitan dengan kesehatan.

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat promosi diskon yang berkaitan dengan peringatan hari besar:

#### a. Memberikan Daftar Peringatan Perayaan Hari Besar

Dari *timeline content plan* yang praktikan telah buat, praktikan memberikan tanda dihari peringatan apa saja yang tepat untuk pemberian diskon. Hari peringatan yang dipilih biasanya cenderung hari peringatan kesehatan.

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

**Keterangan:**

- Reminder and Invitation
- Peringatan Hari Besar
- Info Kesehatan
- Layanan Lab XE (Campaign Service/Location)
- Sample Claim/Single Pulling
- Promosi Diskon hari besar

**Gambar III.16 Timeline Content yang disertai dengan promosi diskon peringatan hari besar**  
Sumber: Data diolah oleh Praktikan

#### b. Berdiskusi dengan Tim *Marketing* dan *Branding* Tentang Jumlah Diskon Yang Akan Diberikan

Praktikan bersama tim *Marketing and Branding* berdiskusi mengenai besaran diskon yang akan diberikan, biasanya untuk menarik perhatian calon konsumen, diskon diberikan dalam bentuk persentase. Besaran diskon yang diberikan juga dipertimbangkan dari besaran diskon yang diberikan oleh kompetitor.

**c. Mengajukan Rencana Diskon ke Divisi *Product Development***

Setelah sepakat mengenai besaran diskon yang akan diberikan, praktikan bersama Tim *Marketing and Branding* mengajukan rencana diskon ke divisi *Product Development*. Hal ini karena divisi *Product Development* yang mengetahui besaran dari harga pokok penjualan serta besaran margin keuntungan yang harus didapatkan. Apabila besaran diskon ditolak, maka divisi *Product Development* akan memberikan referensi mengenai besaran diskon yang diberikan.

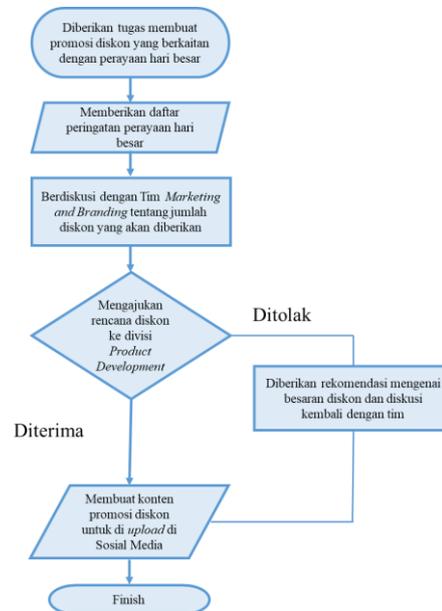
**d. Membuat Konten Promosi Diskon Untuk Diposting di Sosial Media**

Apabila besaran diskon sudah ditetapkan, tim *Marketing* akan membuat dan mengirim memo mengenai promosi diskon ke tiap-tiap cabang melalui *email* namun dalam pembuatan memo ini tidak dilakukan oleh praktikan. Selanjutnya, praktikan membuat desain gambar promosi diskon untuk di posting di sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma.



**Gambar III.17 Konten promosi diskon Lipid Package dalam rangka peringatan hari stroke sedunia  
Sumber: Data dibuat oleh praktikan**

Berikut ini adalah alur kegiatan membuat promosi diskon yang berkaitan dengan peringatan hari besar.



**Gambar III.18 Alur kegiatan membuat promosi diskon peringatan hari besar**  
**Sumber: Data diolah oleh praktikan.**

##### 5. Menjadi *Customer Service* di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Twitter)

Sosial Media adalah sebuah sarana untuk komunikasi mulut ke mulut (*Word of Mouth*), sosial media memungkinkan konsumen untuk meninjau, mengkomunikasikan dan mengumpulkan informasi mengenai produk, harga dan promosi. Dengan secara aktif terlibat dengan konsumen, maka hubungan yang dibangun dengan konsumen lebih kuat (Levy Weitz, 2012:409). Untuk memaksimalkan komunikasi dengan konsumen melalui sosial media khususnya Twitter, praktikan diberikan tugas untuk menjadi *customer service* di akun twitter

Laboratorium Klinik Kimia Farma oleh Ibu Ni Putu Katarina selaku *Supervisor Marketing* PT Kimia Farma Diagnostika.

Dalam pelaksanaan kerjanya praktikan memiliki 2 tugas pokok yaitu menjawab pertanyaan konsumen, dan reservasi.

#### **a. Menjawab Pertanyaan Konsumen**

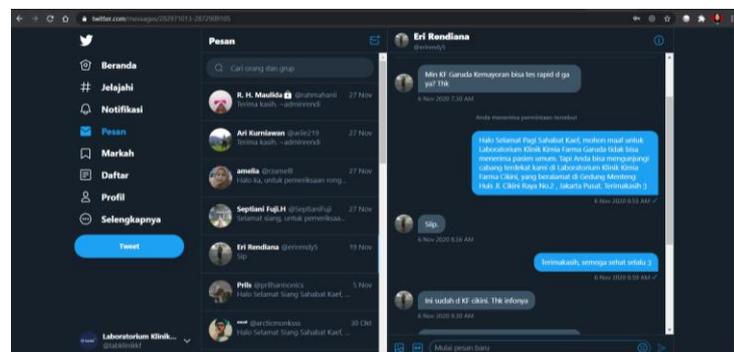
Proses konsumsi jasa bisa dibagi menjadi tiga langkah utama, yaitu *prepurchase stage*, *service encounter stage* dan *post encounter stage*. Pada tahap *prepurchase*, terdapat suatu proses dimana konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan untuk memenuhi *need arousal* nya. Untuk itu konsumen mencoba untuk mencari informasi mengenai alternatif pilihan yang ada sehingga dapat dipilih alternatif yang terbaik. Informasi tersebut salah satunya bisa di cari melalui sosial media sebuah *brand*.

Pertanyaan yang masuk dikirim oleh konsumen melalui *mention* atau *direct message* akun twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma. Pertanyaan yang diajukan seputar detail mengenai layanan, harga layanan, lokasi cabang Laboratorium Klinik dan pertanyaan mengenai pengambilan hasil pemeriksaan.

Untuk menjawab pertanyaan dari konsumen mengenai detail layanan, harga dan lokasi cabang, praktikan diberikan data-data yang lengkap mengenai informasi tersebut dan sesekali praktikan berkoordinasi dengan divisi *Product Development* untuk pertanyaan mendetail tentang suatu penyakit/pemeriksaan. Sedangkan untuk pertanyaan mengenai pengambilan hasil pemeriksaan, praktikan

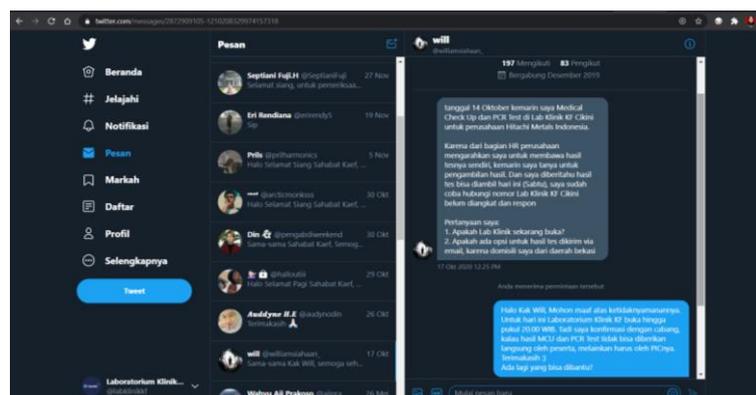
diharuskan untuk menghubungi *marketing* cabang terlebih dahulu, karena khusus untuk pemeriksaan institusi/perusahaan, hasil pemeriksaan tidak selalu boleh dilakukan sendiri oleh pasien melainkan harus dilakukan oleh perusahaan yang membuat janji.

Dalam menjawab pertanyaan konsumen juga praktikan diberikan arahan secara langsung oleh pembimbing praktikan agar jawaban lebih profesional.



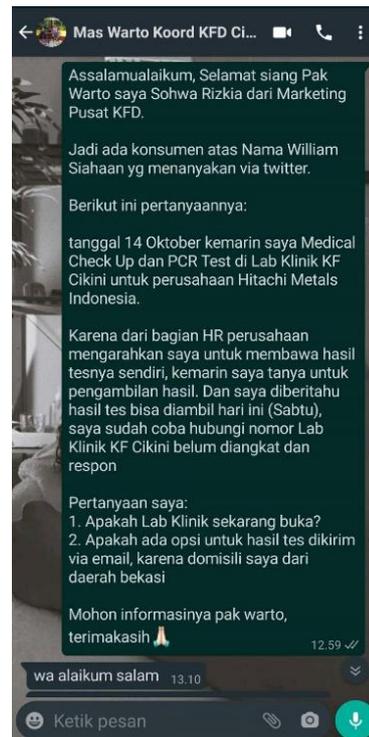
**Gambar III.19** Menjawab pertanyaan mengenai lokasi outlet

Sumber: *Screenshot* diambil oleh praktikan



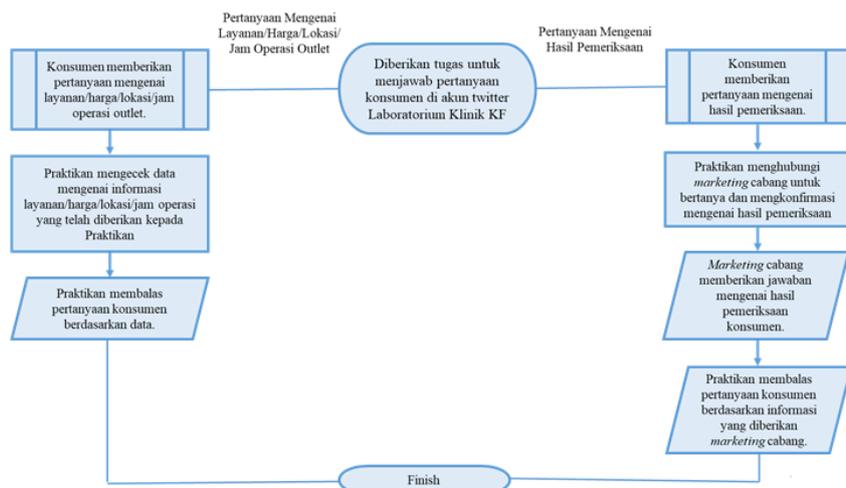
**Gambar III.20** Menjawab pertanyaan mengenai pengambilan hasil

Sumber: *Screenshot* diambil oleh praktikan



**Gambar III.21** Praktikan berkoordinasi dengan cabang Cikini mengenai pengambilan hasil konsumen  
**Sumber:** *Screenshot* diambil oleh praktikan

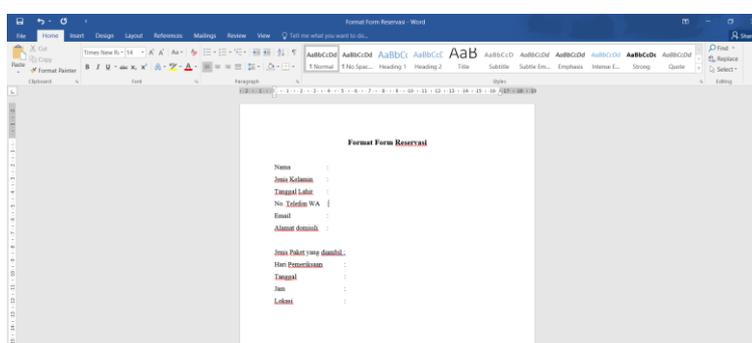
Berikut ini adalah alur kegiatan dari menjawab pertanyaan dari konsumen.



**Gambar III.22** Alur kegiatan menjawab pertanyaan konsumen  
**Sumber:** Data diolah oleh praktikan

## b. Melakukan Reservasi

Selain melalui media email atau telepon, reservasi juga bisa dilakukan lewat sosial media yang dimiliki oleh PT Kimia Farma Diagnostika, khususnya Twitter. Ketika konsumen mengirimkan permintaan reservasi, maka praktikan akan meminta konsumen untuk mengisi form mengenai data diri, jenis paket pemeriksaan, waktu pemeriksaan serta lokasi cabang yang ingin dituju.



The image shows a Microsoft Word document titled "Format Form Reservasi". The document contains a form with the following fields:

- Nama : Anisa Kholimah
- Tanggal Lahir :
- No. Telepon WA :
- Email :
- Alamat domisili :
- Jenis Paket yang diambil :
- Hari Pemeriksaan :
- Tanggal :
- Jam :
- Lokasi :

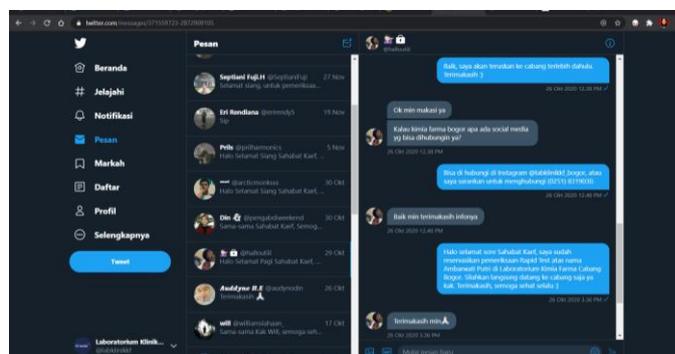
**Gambar III.23 Format form reservasi**  
**Sumber: Arsip Data PT Kimia Farma Diagnostika**

Setelah konsumen selesai mengisi form tersebut, kemudian praktikan akan mengirimkan form yang sudah terisi ke Ibu Maulidya selaku staf *marketing* pusat, untuk diteruskan ke cabang yang dituju.



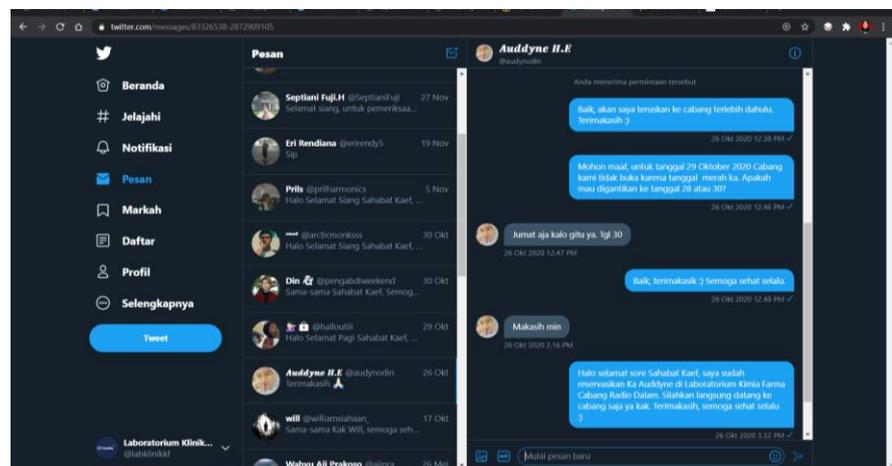
**Gambar III.24** Praktikan mengirim form reservasi ke staf *marketing* untuk diteruskan ke cabang  
**Sumber:** *Screenshot* diambil oleh praktikan

Apabila cabang mengkonfirmasi bahwa waktu pemeriksaan yang dipilih konsumen tersedia, maka cabang akan langsung melakukan reservasi, dan mengkonfirmasi reservasi ke Ibu Maulidya, kemudian praktikan akan menginformasikan ke konsumen bahwa reservasi telah dilakukan dan pelanggan bisa langsung datang ke cabang yang dituju pada waktu yang telah ditentukan.



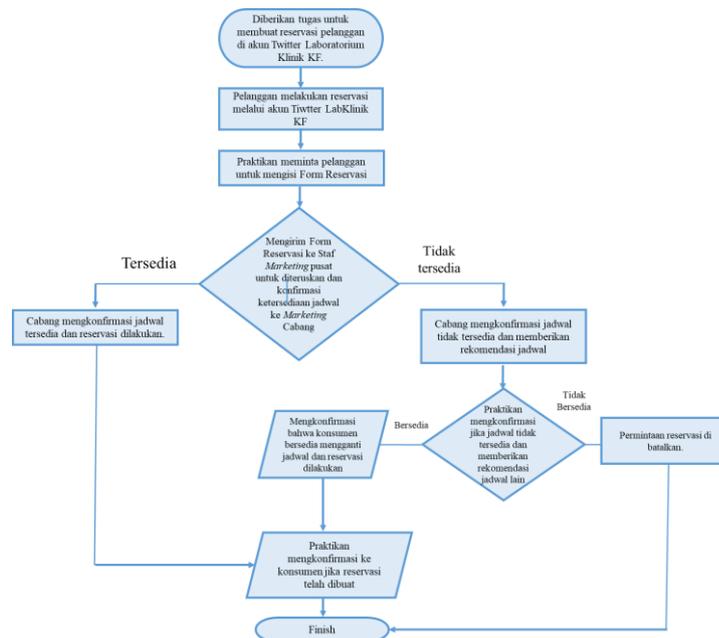
**Gambar III.25** Mengkonfirmasi ke pelanggan bahwa reservasi telah dilakukan  
**Sumber:** *Screenshot* diambil oleh praktikan

Namun apabila waktu yang dipilih tidak tersedia maka cabang akan mengkonfirmasi kembali ke Ibu Maulidya dan memberikan jadwal yang tersedia. Kemudian praktikan akan menyarankan pemeriksaan di waktu yang lain, apabila pelanggan setuju, praktikan akan mengkonfirmasi kembali ke Ibu Maulidya untuk diinformasikan kembali ke cabang.



**Gambar III.26 Praktikan menyarankan hari lain ketika jadwal tidak tersedia**  
**Sumber: Screenshot diambil praktikan**

Berikut ini adalah alur kegiatan dari melakukan reservasi melalui akun Twitter PT Kimia Farma Diagnostika.



**Gambar III.27 Alur kegiatan melakukan reservasi via Twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma**  
**Sumber: Data diolah oleh praktikan**

### C. Kendala yang Dihadapi

Selama menjalani Praktik Kerja Lapangan pada divisi *Marketing and Branding* di PT Kimia Farma Diagnostika, praktikan mengalami beberapa kendala yang sedikit menghambat kegiatan kerja praktikan. Berikut ini adalah beberapa kendala yang dialami praktikan:

1. Praktikan tidak memiliki pengetahuan tentang bidang kesehatan, produk jasa kesehatan maupun penyakit-penyakit yang berhubungan dengan produk jasa kesehatan yang ada di PT Kimia Farma Diagnostika, sehingga dalam membuat *Content Plan* praktikan memakan waktu yang agak sedikit lama.
2. Praktikan tidak dibimbing langsung oleh pembimbing utama praktikan yaitu, Ibu Anggy Anggraeni karena beliau sedang cuti melahirkan.

Sehingga praktikan merasa kebingungan dengan deskripsi kerja yang akan dilakukan oleh praktikan.

3. Kurangnya keterampilan praktikan dalam dunia desain, sehingga praktikan mengalami kewahalan dalam membuat konten.
4. Terbatasnya stok dokumentasi pribadi yang bisa digunakan oleh praktikan untuk memperkaya konten sosial media, seperti foto dari masing-masing outlet cabang, foto fasilitas layanan yang tersedia di cabang, foto ketika pelanggan melakukan pemeriksaan, dll.

#### **D. Cara Menghadapi Kendala**

Meskipun sempat mengalami beberapa kendala saat melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Kimia Farma Diagnostika pada divisi *Marketing and Branding*, praktikan tetap berusaha untuk menghadapi kendala tersebut. Berikut ini adalah cara-cara yang dilakukan oleh praktikan dalam menangani kendala yang dihadapi:

1. Dalam menangani kendala kurangnya pengetahuan praktikan tentang bidang kesehatan, produk jasa kesehatan maupun penyakit-penyakit yang berhubungan dengan produk jasa kesehatan yang ada di PT Kimia Farma Diagnostika. Praktikan bertanya kepada pembimbing praktikan, selain itu juga praktikan berkoordinasi dengan tim *Product Development*, dan untuk memaksimalkannya praktikan juga mencari informasi mengenai istilah-istilah kesehatan dan istilah dalam pemeriksaan di Laboratorium Klinik di artikel-artikel kesehatan, konten

kesehatan di Youtube, Instagram, Twitter dan Facebook dan pada jurnal-jurnal kesehatan.

2. Praktikan mendapatkan informasi bahwa pembimbing praktikan yaitu Ibu Anggy Anggraeni sedang cuti melahirkan, maka praktikan di arahkan oleh Bapak Erwan selaku Pihak HRD untuk bertemu dengan Ibu Ni Putu Katarina selaku *SPV Marketing* untuk menjadi pembimbing sementara. Kemudian, praktikan mulai diberikan tugas untuk menganalisis kekurangan sosial media yang dimiliki oleh PT Kimia Farma Diagnostika dibandingkan dengan sosial media yang dimiliki oleh kompetitor, dari sanalah praktikan mulai diberikan deskripsi pekerjaan yang bisa dilakukan oleh praktikan.
3. Untuk mengatasi kurangnya keterampilan praktikan dalam hal desain konten, praktikan berusaha untuk berlatih dan melihat dari beberapa *tutorial* desain di Youtube, sehingga praktikan perlahan-lahan mulai bisa untuk mendesain konten. Selain itu juga praktikan dibimbing oleh Bapak Rendy selaku desain grafis PT Kimia Farma Diagnostika dalam hal desain.
4. Untuk mengatasi kurangnya dokumentasi pribadi seperti foto dan video yang dimiliki oleh PT Kimia Farma Diagnostika yang dapat menunjang dan memperkaya desain konten di sosial media PT Kimia Farma Diagnostika, praktikan menggunakan gambar gratis yang terdapat di *freepik*. Dalam hal ini praktikan juga mendapatkan kendala, karena konten gratis *freepik* terbatas bagi akun yang tidak berbayar, sehingga

praktikan harus terus menerus membuat akun baru agar dapat menikmati gambar-gambar gratis di *freepik*, selain praktikan juga mencari referensi gambar lain di Google, yang sebenarnya cukup beresiko adanya pelanggaran *copyright* karena foto tersebut digunakan untuk keperluan komersial.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Selama praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Kimia Farma Diagnostika pada divisi *Marketing and Branding*, praktikan dapat menerapkan dan mengimplementasikan teori yang selama ini praktikan pelajari di bangku perkuliahan. Selain itu praktikan juga mendapatkan ilmu, keterampilan dan pengalaman yang dapat bermanfaat untuk menunjang praktikan dalam dunia kerja yang nyata nanti.

Setelah menyelesaikan kegiatan Praktik Kerja Lapangan, selama 45 hari kerja terhitung dari tanggal 07 September 2020 s.d 11 November 2020, berikut ini adalah kesimpulan yang dapat diambil oleh praktikan, yaitu:

1. Praktikan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana membuat *Content Plan* untuk pengoptimalan sosial media.
2. Praktikan memperoleh pengetahuan baru tentang bagaimana membuat desain konten yang menarik dan informatif untuk meningkatkan *Brand Awareness*, yang dimulai dengan membuat *design guide*, melakukan desain, kemudian merevisi desain yang telah dibuat apabila ada kesalahan.
3. Praktikan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana melakukan *upload* konten di Sosial Media.

4. Praktikan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana membuat promosi diskon berdasarkan perayaan hari-hari besar.
5. Praktikan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana menjadi *customer service* di akun Twitter Laboratorium Klinik Kimia Farma, yang bertugas menjawab pertanyaan konsumen mengenai layanan, harga, lokasi cabang serta hasil pemeriksaan dan membuat reservasi. Praktikan juga memperoleh pengetahuan mengenai tata cara berkomunikasi dengan baik dan formal dengan konsumen.
6. Praktikan dapat menemukan kesesuaian antara teori di bidang ilmu manajemen pemasaran yang telah didapatkan diperkuliahan dengan penerapannya di dunia kerja, seperti teori tentang *Integrated Marketing Communication*, *Branding*, dan kegiatan promosi.

## **B. Saran**

Setelah menjalani kegiatan Praktik Kerja Lapangan pada PT Kimia Farma Diagnostika di divisi *Marketing and Branding*, praktikan ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan kualitas pihak-pihak terkait di kemudian hari. Adapun saran-saran yang praktikan berikan, yaitu:

### **1. Saran untuk PT Kimia Farma Diagnostika**

- a. Diharapkan disediakan fasilitas pendukung bagi mahasiswa yang sedang melakukan magang atau Praktik Kerja Lapangan agar mempermudah pekerjaan yang sedang dikerjakan.

- b. Diharapkan disusunnya deskripsi kerja yang jelas bagi mahasiswa yang akan melakukan magang atau Praktik Kerja Lapangan.
- c. Diharapkan membentuk suatu tim khusus yang ahli dalam bidang *digital marketing*, supaya kegiatan *digital marketing* yang akan dilaksanakan bisa lebih maksimal.
- d. Diharapkan memanfaatkan semua sosial media yang dimiliki sebagai sarana komunikasi dengan konsumen, sarana promosi dan sarana untuk *branding* dan tidak terfokus dalam 1 *platform* saja.

## **2. Saran untuk Universitas Negeri Jakarta**

- a. Diharapkan Universitas Negeri Jakarta menambah kerjasama dengan perusahaan untuk memberikan rekomendasi bagi mahasiswa yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
- b. Diharapkan Universitas Negeri Jakarta lebih informatif dalam memberikan informasi tentang bagaimana tahapan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, agar mahasiswa tidak merasa kebingungan.

## **3. Saran bagi Mahasiswa**

- a. Diharapkan untuk mahasiswa agar mencari perusahaan tempat Praktik Kerja Lapangan dari jauh-jauh hari, minimal 1 semester sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
- b. Diharapkan mencari informasi dan mempelajari latar belakang, jenis usaha dan proses bisnis dari perusahaan yang dipilih untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan.

- c. Diharapkan untuk lebih mempersiapkan diri dan memastikan bahwa divisi dan tempat yang dipilih sebagai tempat Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan konsentrasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiasih, Yanti. “Struktur Organisasi, Desain kerja, Budaya Organisasi, dan Pengaruhnya terhadap Produktivitas Karyawan Studi Kasus pada PT. XX Jakarta”, *Jurnal Liquidity*, Juli-Desember 2012, 1(2), hal. 99-105
- Irawan, Mohamad Rizal Nur. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya”, *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, September 2020, 5(2), hal. 141-156
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Pearson, 2012
- Labkimiafarma.com. *Achievement*. 2020. <https://labkimiafarma.co.id/achievement/>. (Diakses pada tanggal 18 November 2020)
- Labkimiafarma.com. Lab Kimia Farma Meraih Penghargaan The 1st Champion of Indonesia Original Brand 2018. 2020. <https://labkimiafarma.co.id/lab-kimia-farma-meraih-penghargaan-the-1st-champion-of-indonesia-original-brand-2018/> (Diakses pada tanggal 18 November 2020).
- Labkimiafarma.com. *Sejarah perusahaan*. 2020. <https://labkimiafarma.co.id/profil/sejarah-singkat/>. (Diakses tanggal 16 November 2020)
- Labkimiafarma.com. *Visi, Misi dan Budaya*. 2020. <https://labkimiafarma.co.id/profil/visi-misi-budaya/>. (Diakses pada tanggal 17 November 2020)
- Levy, Michael dan Barton A. Weitz , *Retailing Management 8<sup>th</sup> Edition*, New York: McGraww-Hill Companies, 2012
- Liembawati, Yessy, Diah Dharmayanti dan Ritzky Karina M.R. Brahmana. “ Analisa Pengaruh *Brand Activation* Terhadap Pembentukan *Brand Community* pada PT ISM Bogasari Flour Mills”. *Jurnal Pemasaran Petra*, 2014, 2(1), hal. 1-15
- Lovelock, Christopher dan Jochen Wirtz, *Service Marketing: People, Technology, Strategy 7<sup>th</sup> Edition*, New Jersey: Pearson, 2011
- Wijaya, Amos Jovanka. “Evaluasi Sistem Pengendalian Manajemen Berbasis *Levers of Control* untuk Menunjang Strategi *Cost Leadership* pada CV. BMT Surabaya”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2018, 7(2), hal. 979-996

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan



### KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon: Rektor : 4893854, WR.I : 4895130, WR.II : 4893918, WR.III : 4892926, WR.IV : 4893982  
BUK : 4750930, Bag. Kepegawaian : 4890536, Bag. UHT : 4893726, Bag. BMN : 4891838  
BAKHUM : 4759081, Bag. Akademik dan kerjasama / Humas : 4898486 Bag. Kemahasiswaan  
Biro Keuangan : 4755118, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Akuntansi dan Pelaporan : 4755118, Bag. Perencanaan : 4755118  
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 5221/UN39.12/KM/2020 3 Agustus 2020  
Lamp. : 1 lembar  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

Yth. Asisten Manager Learning and Development PT. Kimia Farma, Tbk  
Jalan Veteran No.9, Jakarta Pusat

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Sohwa Rizkia Rizal**  
Nomor Registrasi : 1705617026  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
No. Telp/HP : 082113825780

Untuk dapat mengadakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 10 Agustus s.d. 21 Oktober 2020 guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi Manajemen

## Lampiran 2 Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan



Kantor  
Pusat

Jakarta, 17 September 2020

No : 005/DIK-HC/AAN/VIII/2020  
Lampiran : -

Kepada Yth.  
Woro Sasmoyo, SH  
Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat Universitas  
Negeri Jakarta  
Di Tempat

Dengan hormat,

### Hal : Pemberitahuan Penerimaan Praktek Kerja / Magang

Sehubungan dengan surat permohonan kerja praktek/praktek magang No :  
5221/UN39.12/KM/2020 dari Universitas Negeri Jakarta  
atas nama mahasiswi :

NAMA	NIM	Program Studi
Sohwa Rizkia Rizal	1705617026	Manajemen

Bersama ini kami beritahukan kepada Bapak/Ibu bahwa kami telah menerima mahasiswi tersebut untuk melaksanakan Magang di PT Kimia Farma Tbk Divisi Digital Marketing Kimia Farma Diagnostika terhitung dari tanggal 07 September 2020 sampai 11 November 2020.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

  
  
Arie Argadya Nuardi  
Plt. Manager Learning

Jl. Veteran No.9  
Jakarta 10110, Indonesia  
POBox 1204/JKT  
Telp. 62 21 3847709  
Fax 62 21 3814441

Website: [www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id)

### Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan



Jakarta, 20 November 2020

Kantor  
Pusat

No : 009/DIK-HC/LL/XI/2020  
Lampiran : -

Kepada Yth.  
Woro Sasmoyo, SH  
Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat Universitas  
Negeri Jakarta  
Di Tempat

Dengan hormat,

**Hal : Pemberitahuan Selesai Kerja Praktek / Magang**

Sehubungan dengan kegiatan Kerja Praktek / Praktek Magang mahasiswa  
Universitas Negeri Jakarta atas nama :

Nama : Sohwa Rizkia Rizal  
NIM : 1705617026  
Program Studi : Manajemen

Bersama ini kami beritahukan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa tersebut telah menyelesaikan Magang di Divisi MSP ( Marketing Sales and Product Development ) PT Kimia Farma Diagnostika terhitung dari tanggal 07 September 2020 sampai 11 November 2020.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

**Linda Lestari**  
Manager Learning

Jl. Veteran No.9  
Jakarta 10110, Indonesia  
POBox 1204/JKT  
Telp. 62 21 3847709  
Fax 62 21 3814441

Email : [learning@kimiafarma.co.id](mailto:learning@kimiafarma.co.id)  
Website : [www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id)





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Schwa Rizka Rival  
No. Registrasi : 1905617026  
Program Studi : Manajemen  
Tempat Praktik : Kimia Farma Diagnostika  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Mampang 20 Blok A No. 1 RT 14/RW 8  
Petuya Selatan Jakarta Pusat / (021) 345 4299

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 28 September 2020	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 29 September 2020	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 30 September 2020	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis, 1 Oktober 2020	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat, 2 Oktober 2020	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 5 Oktober 2020	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa, 6 Oktober 2020	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu, 7 Oktober 2020	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis, 8 Oktober 2020	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat, 9 Oktober 2020	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Senin, 12 Oktober 2020	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Selasa, 13 Oktober 2020	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Rabu, 14 Oktober 2020	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Kamis, 15 Oktober 2020	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Jumat, 16 Oktober 2020	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 16 November 2020  
Penilai,

Catatan:

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Kimia Farma  
LabKlinik  
1999



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN

..... SKS

Nama : Sahwa Rukia Rizal  
No. Registrasi : 1705611036  
Program Studi : Manajemen  
Tempat Praktik : PT. Kimia Farma Diagnostika  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Melipoh 20 Blok A No. 1 Rt 14/Rw 8  
petjo, setoran, kec Gombor, Jakarta pusat (021) 547 4999

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 19 Oktober 2020	1.	
2.	Selasa, 20 Oktober 2020	2.	
3.	Rabu, 21 Oktober 2020	3.	
4.	Kamis, 22 Oktober 2020	4.	
5.	Jumat, 23 Oktober 2020	5.	
6.	Senin, 26 Oktober 2020	6.	
7.	Selasa, 27 Oktober 2020	7.	
8.	Senin, 9 November 2020	8.	
9.	Selasa, 3 November 2020	9.	
10.	Rabu, 4 November 2020	10.	
11.	Kamis, 5 November 2020	11.	
12.	Jumat, 6 November 2020	12.	
13.	Senin, 9 November 2020	13.	
14.	Selasa, 10 November 2020	14.	
15.	Rabu, 11 November 2020	15.	

Jakarta, 11 November 2020  
Penilai,

Catatan:  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



LabKlinik  
(Angguy.....)

## Lampiran 5 Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROGRAM SARJANA (S1)  
..... SKS

Nama ..... Selwa Rizka Rizal  
No.Registrasi ..... 1705617026  
Program Studi ..... Manajemen  
Tempat Praktik ..... Pt. Kimia Farma Diagnostika  
Alamat Praktik/Telp ..... Jl. Majapahit 20 Blok A No.1 Rt 14/Rw 8  
Petjo selatan, Jakarta Pusat (601) 2454999

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian :				
2	Kedisiplinan	90	Skor Nilai Bobot 86-100 A 4 81-85 A- 3,7				
3	Sikap dan Kepribadian	92	76-80 B+ 3,3 71-75 B 3,0				
4	Kemampuan Dasar	90	66-70 B- 2,7 61-65 C+ 2,3				
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	93	56-60 C 2,0 51-55 C- 1,7 46-50 D 1				
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	95	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	90	Nilai Rata-rata :				
8	Aktivitas dan Kreativitas	95	$\frac{925}{10 \text{ (sepuluh)}} = 92,5 //$				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	95	Nilai Akhir :				
10	Hasil Pekerjaan	95	<table border="1"> <tr> <td>92</td> <td>Sembilan puluh dua</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	92	Sembilan puluh dua	Angka bulat	huruf
92	Sembilan puluh dua						
Angka bulat	huruf						
Jumlah		925					

Jakarta, 11 November 2020  
Penilai,

Catatan :  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



LabKlink

*Anggrani W. S. Farid*  
Asman Marketing & Branding

**Lampiran 6 Sertifikat Praktik Kerja Lapangan**



**Lampiran 7 Foto Kegiatan praktikan saat Praktik Kerja Lapangan**



**Gambar aktivitas praktikan di divisi *Marketing and Branding* ketika sedang melakukan rapat online untuk membahas *Digital Marketing Plan*.**



**Gambar aktivitas praktikan saat melakukan rapat di hari terakhir bersama tim *Marketing and Branding* , untuk pelimpahan tugas yang telah dikerjakan oleh praktikan.**



**Gambar aktivitas praktikan saat sedang evaluasi dan revisi desain konten bersama Mba Anggy Anggraeni selaku Asisten Manajer Marketing.**



**Gambar aktivitas praktikan saat berkunjung ke rumah Ibu Ir. Retno Sumekar, M.Sc selaku Komisaris PT Kimia Farma Diagnostika, untuk membahas pengembangan website PT Kimia Farma Diagnostika.**



**Gambar praktikan bersama dengan Tim *Marketing and Branding***

**Lampiran 8 Fasilitas Kantor Pusat PT Kimia Farma Diagnostika Majapahit**



**Gambar ruang dan fasilitas kerja di Kantor Pusat PT Kimia Farma Diagnostika Majapahit.**



**Gambar ruang dan fasilitas *meeting* di Kantor Pusat PT Kimia Farma Diagnostika Majapahit.**

### Lampiran 9 Kegiatan Harian Praktik Kerja Lapangan

No.	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan	Pj
1.	Senin, 07 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perkenalan dengan Pembimbing Praktikkan.</li> <li>• Perkenalan dengan tim <i>Marketing and Branding</i> KFD.</li> <li>• Menganalisis Kekurangan Sosial Media PT Kimia Farma Diagnostika dibanding kompetitor.</li> <li>• Praktikan dijelaskan mengenai Deskripsi Pekerjaan yang akan dilakukan oleh praktikan.</li> </ul>	Pak Erwan dan Mba Karin
2.	Selasa, 08 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempelajari bagaimana isi konten dari sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma.</li> <li>• Mempelajari bagaimana membuat <i>Content Plan</i>.</li> </ul>	Mba Karin
3.	Rabu, 09 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari referensi untuk <i>Social Media Content Pillar</i></li> <li>• Mencari referensi jadwal terbaik untuk <i>upload</i> konten di sosial media (Facebook, Twitter dan Instagram).</li> <li>• <i>Brainstorming</i> dengan Tim <i>Marketing and Branding</i> mengenai <i>Social Media Content Pillar</i> dan jadwal <i>upload</i> konten di sosial media..</li> <li>• <i>Brainstorming</i> dengan Mas Rendy mengenai ketentuan desain konten KFD.</li> </ul>	Mba Karin dan Mas Rendy
4.	Kamis, 10 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan Oktober di Microsoft Excel terkait dengan topik apa saja yang akan</li> </ul>	Mba Karin

			dibuatkan konten di Sosial Media Laboratorium Klinik KF.	
5.	Jumat, 11 September 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan Oktober di Microsoft Excel terkait dengan topik apa saja yang akan dibuatkan konten di Sosial Media Laboratorium Klinik KF.</li> </ul>	Mba Karin
6.	Senin, 14 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan November di Microsoft Excel terkait dengan topik apa saja yang akan dibuatkan konten di Sosial Media Laboratorium Klinik KF.</li> </ul>	Mba Karin
7.	Selasa, 15 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan November di Microsoft Excel terkait dengan topik apa saja yang akan dibuatkan konten di Sosial Media Laboratorium Klinik KF</li> </ul>	Mba Karin
8.	Rabu, 16 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyerahkan <i>Timeline Content Plan</i> yang telah selesai dikerjakan.</li> <li>Evaluasi dan Revisi <i>Timeline Content Plan</i> bersama.</li> <li>Mengerjakan revisi <i>Timeline Content Plan</i>.</li> </ul>	Mba Karin dan Mba Maulid ya
9.	Kamis, 17 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan Oktober, dengan menambahkan <i>interactive caption</i>, isi konten dan referensi desain.</li> </ul>	Mba Karin
10.	Jumat, 18 September 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan Oktober, dengan menambahkan <i>interactive</i></li> </ul>	Mba Karin

			<i>caption</i> , isi konten dan referensi desain.	
11.	Senin, 21 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan Oktober, dengan menambahkan <i>interactive caption</i>, isi konten dan referensi desain.</li> </ul>	Mba Karin
12.	Selasa, 22 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan November, dengan menambahkan <i>interactive caption</i>, isi konten dan referensi desain.</li> </ul>	Mba Karin
13.	Rabu, 23 September 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan November, dengan menambahkan <i>interactive caption</i>, isi konten dan referensi desain.</li> </ul>	Mba Karin
14.	Kamis, 24 September	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan <i>Timeline Content Plan</i> untuk bulan November, dengan menambahkan <i>interactive caption</i>, isi konten dan referensi desain.</li> </ul>	Mba Karin
15.	Jumat, 25 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyerahkan <i>Timeline Content Plan</i> yang telah dikembangkan untuk dievaluasi dan direvisi.</li> <li>• Mengerjakan revisi <i>content plan</i>.</li> </ul>	Mba Karin
16.	Senin, 28 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diberikan akses ke akun sosial media Laboratorium Klinik Kimia Farma.</li> <li>• Diberikan arahan bagaimana menjawab pertanyaan konsumen</li> <li>• Diberikan arahan cara membuat reservasi</li> <li>• Desain konten Hari Lansia Internasional.</li> </ul>	Mba Karin dan Mas Rendy

17.	Selasa, 29 September 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyerahkan hasil desain konten Hari Lansia Internasional untuk di evaluasi dan di revisi.</li> <li>Mengerjakan revisi konten hari lansia internasional.</li> <li>Mengambil foto karyawan PT KFD untuk konten Hari Batik Nasional.</li> <li>Mendesain konten Hari Batik Nasional.</li> </ul>	Mba Karin
18.	Rabu, 30 September 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyerahkan hasil desain konten Hari Batik Nasional untuk di evaluasi dan di revisi.</li> <li>Mendesain Konten Hari Guru Sedunia.</li> </ul>	Mba Karin
19.	Kamis, 1 Oktober 2020	08.00-17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Upload</i> Konten Hari Lansia Nasional di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook)</li> <li>Menyerahkan hasil desain konten Hari Guru Sedunia untuk di evaluasi dan di revisi.</li> <li>Revisi Konten Hari Guru Sedunia.</li> </ul>	Mba Karin
20.	Jumat, 2 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Upload</i> Konten Hari Batik Nasional di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>Desain Konten Infokes: Jaga Kesehatan Mental di Kala Pandemi.</li> </ul>	Mba Karin
21.	Senin, 5 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Upload</i> Konten Hari Batik Nasional di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook).</li> </ul>	Mba Karin

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyerahkan hasil desain konten Infokes: Jaga Kesehatan Mental di Kala Pandemi untuk di evaluasi dan di revisi</li> <li>• Mengerjakan Revisi Konten Jaga Kesehatan Mental di Kala Pandemi.</li> <li>• Desain Konten <i>Campaign Product</i> Vitamin D.</li> </ul>	
22.	Selasa, 6 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyerahkan hasil desain konten <i>Campaign Product</i> Vitamin D untuk di revisi dan di evaluasi.</li> <li>• Mengerjakan revisi desain konten Campaign Product Vitamin D.</li> <li>• Desain Konten Hari Kesehatan Mental Sedunia.</li> </ul>	Mba Karin
23.	Rabu, 7 Oktober 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• .Menyerahkan hasil desain konten Hari Kesehatan Mental Sedunia untuk di revisi dan di evaluasi.</li> <li>• Mendesain Konten Hari Radang Sendi (Arthritis) Sedunia.</li> </ul>	Mba Karin
24.	Kamis, 8 Oktober 2020	08.00– 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upload</i> Konten Infokes: Jaga Kesehatan Mental di Kala Pandemi di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Menyerahkan hasil desain konten Hari Radang Sendi (Arthritis) Sedunia untuk di revisi dan di evaluasi.</li> <li>• Mendesain Konten Infokes: Jaga Kesehatan Sendi</li> </ul>	Mba Karin
25.	Jumat, 9 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjawab pertanyaan konsumen di Twitter</li> <li>• Membuat dan Upload Informasi Harga Baru</li> </ul>	Mba Karin

			<p>Layanan Swab PCR Covid-19.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menyerahkan Hasil Desain Konten Infokes: Kiat Jaga Kesehatan Sendi untuk di evaluasi dan di revisi.</li> <li>Mendesain Konten <i>Reminder and Invitation</i>: Kasus Arthritis Rheumatoid.</li> </ul>	
26.	Senin, 12 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Meeting</i> bersama Ibu Retno Sumekar selaku Komisaris PT KFD, tim <i>marketing</i> dan tim <i>sales</i> untuk membahas rencana pengembangan <i>Website</i> KFD</li> </ul>	Mba Karin dan Mas Andi
27.	Selasa, 13 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyerahkan hasil desain konten <i>Reminder and Invitation</i>: Kasus Arthritis Rheumatoid untuk di evaluasi dan di revisi.</li> <li>Diberikan Akses ke Dokumentasi Pribadi (foto dan video outlet cabang) yang dimiliki tim Marketing KFD</li> <li>Mengerjakan desain konten Campaign Location: Laboratorium Klinik KF Flagship Dipo.</li> </ul>	Mba Karin
28.	Rabu, 14 Oktober 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyerahkan hasil desain konten <i>Reminder and Invitation</i>: Kasus Arthritis Rheumatoid untuk di evaluasi dan di revisi.</li> <li>Desain Konten Hari Menopause Sedunia.</li> <li>Menyerahkan Desain Konten Hari Menopause Sedunia untuk di evaluasi dan direvisi.</li> <li>Rapat bersama Manajer MSP dan Tim Marketing</li> </ul>	Mba Karin dan Pak Imam

			and Branding untuk membahas perkembangan sosial media yang telah di kelola praktikan dan Pmeberian Tugas Promosi Diskon Peringatan Hari Besar.	
29.	Kamis, 15 Oktober 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjawab Pertanyaan Konsumen di twitter.</li> <li>• <i>Upload</i> Konten 6 Kiat Jaga Kesehatan Sendi di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Mengerjakan Revisi konten Hari Menopause sedunia.</li> </ul>	Mba Karin
30.	Jumat, 16 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upload Konten Reminder and Invitation</i>: Kasus Arthritis Rheumatioid di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Mengerjakan Desain Konten Infokes: Kenali Gejala Menopause.</li> <li>• Menyerahkan Desain Konten Infokes: Kenali Gejala Menopause untuk di evaluasi dan direvisi.</li> <li>• Mengerjakan revisi Konten Kenali Gejala Menopause.</li> </ul>	Mba Karin
31.	Senin, 19 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upload</i> Konten Infokes: Kenali Gejala Menopause di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Mendesain Konten Hari Osteoporosis Sedunia</li> <li>• Menyerahkan desain konten Hari Osteoporosis</li> </ul>	Mba Karin

			<p>sedunia untuk dievaluasi dan direvisi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjawab pertanyaan konsumen di twitter.</li> </ul>	
<b>32.</b>	Selasa, 20 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upload Konten Infokes: Hari Osteoporosis Sedunia di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma (Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Desain Konten Infokes: Perempuan lebih rentan terkena osteoporosis dibanding dengan pria.</li> <li>• Menyerahkan Konten Konten Infokes: Perempuan lebih rentan terkena osteoporosis dibanding dengan pria.</li> <li>• Menjawab pertanyaan konsumen di twitter.</li> </ul>	Mba Karin
<b>33.</b>	Rabu, 21 Oktober 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain Konten Hari Dokter Nasional.</li> <li>• Menjawab pertanyaan konsumen di Twitter.</li> </ul>	Mba karin
<b>34.</b>	Kamis, 22 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upload</i> Konten Infokes; Perempuan lebih rentan terkena osteoporosis dibanding dengan pria di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Menyerahkan Desain Konten Hari Dokter Nasional untuk di evaluasi dan direvisi.</li> <li>• Mendesain Konten Hari Sumpah Pemuda.</li> </ul>	Mba Karin
<b>35.</b>	Jumat, 23 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyerahkan desain konten hari sumpah pemuda untuk dievaluasi dan direvisi.</li> <li>• Mendesain Konten Hari Stroke Sedunia.</li> </ul>	Mba Karin

36.	Senin, 26 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyerahkan desain konten hari Stroke Sedunia untuk dievaluasi dan direvisi.</li> <li>• Melakukan reservasi pemeriksaan Rapid Test di Labklinik KF Radio Dalam.</li> <li>• Menanyakan Promosi Diskon yang bisa di laksanakan dalam rangka Hari Stroke Sedunia.</li> <li>• Berdiskusi dengan Tim <i>Marketing</i> dan <i>Product Development</i> mengenai besaran diskon Lipid Package dalam rangka hari stroke sedunia.</li> </ul>	Mba Karin
37.	Selasa, 27 Oktober 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan reservasi pemeriksaan Rapid Test di Labklinik KF Bogor.</li> <li>• Desain Konten Campaign Product dan Promosi Diskon Lipid Package.</li> <li>• Menyerahkan Desain Konten Campaign Product dan Promosi Diskon Lipid Package untuk di evaluasi dan di revisi.</li> <li>• Mengerjakan revisi Konten Campaign Product dan Promosi Diskon Lipid Package.</li> </ul>	Mba Karin
38.	Senin, 2 November 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upload Konten Campaign Product</i> dan Promosi Diskon Lipid Package Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Desain Konten Infokes: Pola Hidup Sehat dengan <i>Medical Check Up</i>.</li> </ul>	Mba Anggy
39.	Selasa, 3 November 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyerahkan Desain Konten Infokes: Pola</li> </ul>	Mba Anggy

			<p>Hidup Sehat dengan <i>Medical Check Up</i> untuk di evaluasi dan direvisi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengerjakan Revisi Desain Konten Infokes: Pola Hidup Sehat dengan <i>Medical Check Up</i>.</li> <li>• Desain Konten <i>Reminder and Invitation</i>: Pentingnya <i>Medical Check Up</i></li> </ul>	
40.	Rabu, 4 November 2020	WFH 08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyerahkan desain konten <i>Reminder and Invitation</i>: Pentingnya <i>Medical Check Up</i> untuk di evaluasi dan direvisi.</li> <li>• Mengerjakan revisi desain Konten <i>Reminder and Invitation</i>: Pentingnya <i>Medical Check Up</i></li> </ul>	Mba Anggy
41.	Kamis, 5 November 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upload Konten Infokes: Pola hidup sehat dengan <i>medical check up</i>.</li> <li>• Menjawab pertanyaan konsumen.</li> <li>• Rapat bersama Tim <i>Marketing and Branding</i> dan <i>Product Development</i> tentang promosi Hari Kesehatan Nasional.</li> <li>• Merekap cabang klinik yang menyediakan vaksin meningitis berstandar ICV untuk konten Vaksinasi umroh.</li> </ul>	Mba Anggy
42.	Jumat, 6 November 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjawab pertanyaan konsumen di Twitter.</li> <li>• Membuat daftar jenis pemeriksaan promo hari kesehatan nasional.</li> <li>• Mendesain Konten Gebyar HKN</li> <li>• Menyerahkan Desain Konten Gebyar HKN untuk di revisi dan dievaluasi.</li> </ul>	Mba Anggy

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengerjakan revisi Konten Gebyar HKN.</li> </ul>	
43.	Senin, 9 November 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upload Konten Reminder and Invitation: Pentingnya Medical Check Up</i> di Sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Mendesain Konten Infokes: Cara cegah Prediabetes berkembang jadi Diabetes..</li> <li>• Menyerahkan desain konten Infokes: Cara Cegah Prediabetes jadi Diabetes</li> <li>• Mengerjakan revisi konten Infokes: Cara Cegah Prediabetes jadi Diabetes.</li> </ul>	Mba Anggy
44.	Selasa, 10 November 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain konten <i>Campaign Service: Prediabetes Package</i> dan Promo Diskon 20%.</li> <li>• Menyerahkan desain konten <i>Campaign Service: Prediabetes Package</i> dan Promo Diskon 20%.</li> <li>• Mengerjakan <i>Campaign Service: Prediabetes Package</i> dan Promo Diskon 20%.</li> </ul>	Mba Anggy
45.	Rabu, 11 November 2020	08.00 – 17.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upload</i> konten Gebyar HKN di sosial Media Laboratorium Klinik Kimia Farma ( Instagram, Twitter dan Facebook).</li> <li>• Membuat bit.ly untuk jenis pemeriksaan lab promo harkesnas Bit,ly/PromoHarkesnas</li> <li>• Rapat Evaluasi bersama Tim <i>Marketing</i> pelimpahan tugas praktikan.</li> </ul>	Mba Anggy

			<ul style="list-style-type: none"><li>• Berpamitan dengan seluruh karyawan yang berada di Kantor.</li></ul>	
--	--	--	---	--